

VOR DEM STELLEN DES ANTRAGS

1. Ressourcen klären und Aufgaben verteilen

Bevor Sie einen Antrag stellen, klären Sie, ob Sie genügend Ressourcen (Personal und Geld) für ein langwieriges Antrags-Verfahren haben. Rechnet sich der Aufwand gegenüber dem Ertrag?

Beantworten Sie vor dem Stellen eines Antrags diese Fragen für sich und Ihre Organisation:

- **Können wir einen formal aufwändigen Antrag** mit Verwendungs-Nachweis personell **bewältigen**? Oder sind mehrere kleine, **weniger formale Anträge** vielleicht sinnvoller?
- Können wir wenn nötig **in Vorleistung gehen**? Das heißt: Können wir mit eigenen Mitteln das Projekt solange durchführen bis das Geld des Fördermittel-Gebers auf unserem Konto eingegangen ist? Oder müssen wir mit dem Projekt-Start **warten bis zur Bewilligung** des Antrags und **Auszahlung** der Förder-Summe?
- Gibt es **eine Projekt-Management-Person**? Oder erfüllen **mehrere** die Aufgaben? **Wer** ist diese Person? Wer sind diese Personen?
- **Welche Aufgaben** muss sie / **müssen sie erfüllen**?
(s. Aufgaben-Liste am Ende)
- **Können wir die erforderlichen Eigenmittel aufbringen**?
- Ist die **Gesamt-Finanzierung gesichert**?
Was tun, **wenn nicht**? - Zum Beispiel: **Mehrere Anträge** bei **verschiedenen** Fördermittel-Gebern stellen, Kredit aufnehmen bei Bauvorhaben etc.
Eigenmittel können sein: Entgelte (staatlich oder auch Einnahmen aus einem wirtschaftlichen Zweck-Betrieb), regelmäßige Spenden von Privat-Leuten und Unternehmen, Ehrenamt, Probono-Leistungen, vorhandene Infrastruktur wie Räume, eigene Gastronomie etc.
Achtung: Im Vorfeld mit ausgesuchten Gebern klären, was sie als Eigenmittel anerkennen. Das ist nicht immer gleich.
- Welchen **Zweck** verfolgt unser Projekt?:
Soziales und Gesundheit - Inklusion - Digitalisierung - Arbeit - Umwelt und Klima - Bildung und Erziehung - Wissenschaft und Forschung - Kunst und Kultur - Politische Bildung und Demokratie, Völker-Verständigung - Sport - Entwicklungs-Zusammenarbeit - Denkmal- und oder Landschafts-Schutz - Brauchtum und Heimat - Bürgerschaftliches Engagement und Ehrenamt - etc.
- Welcher / Welchen **Zielgruppe(n)** können wir das Projekt zuordnen?
Kinder und Familie - Frauen - Ältere Menschen (Seniorinnen und Senioren) - Menschen mit Behinderung - Menschen mit Flucht-Erfahrung und Migrations-Geschichte - etc.

Aufgabenliste

Vor Antragstellung

Aufgabe allgemein	Aufgabe im Einzelnen	Person	Zeitraumen
Antrag stellen			
	Vision erarbeiten (Welche Wirkung erzielt Projekt auf die Zielgruppe sowie auf die Gesellschaft allgemein?) und knackig, kurz und klar formulieren (KISS)	Projekt-Leitung und Team	6 Monate vor Frist-Ende
	Konzept und Zeit- und Maßnahmen-Plan erarbeiten (Mit welchen Maßnahmen, wie wollen wir die Wirkung bei welcher Zielgruppe genau erzielen? In welchem Zeitraum?)	Projekt-Leitung	4 - 3 Monate vor Frist-Ende
	Budget-Plan erstellen (Was kostet welche Maßnahme? Was können wir aus eigenen Mitteln erbringen? Gibt es noch weitere Einnahme-Quellen? -> think big bei Ausgaben, think small bei Einnahmen und Eigen-Anteil)	Projekt-Leitung / Buchhaltung	4 - 3 Monate vor Frist-Ende
	Recherche nach Geber aufgrund von Vision und Wirkung (Schlüssel-Wörter)	Projekt-Leitung	3 Monate vor Frist-Ende
	Anrufe und ggfls. sinnvolle Anpassung der eigenen Wirkungs-Ziele an die der Geber	Projekt-Leitung	3 - 2 Monate vor Frist-Ende
	Projekt-Beschreibung erstellen Sind Unterlagen aktuell? (Satzung, Register-Auszug, Freistellungs-Bescheid)	Projekt-Leitung	2 - 1 Monate vor Frist-Ende
	Antrag prüfen (alle Unterlagen korrekt und aktuell, KtNr. korrekt, Budget-Plan plausibel, Wirkung klar, Unterschriften der Vertretungs-Berichtigten vorhanden?) Antrag einreichen	Projekt-Leitung	Einen Tag vor bis spätestens Frist-Ende

Nach Bewilligung

Aufgabe allgemein	Aufgabe im Einzelnen	Person	Zeitraumen
Controlling	Für Verwendungs-Nachweis		
	Rechnungs-Belege sammeln, buchen und aufbewahren (Original und Kopien)	Projekt-Leitung / Buchhaltung	Laufend
	Ausgaben und Einnahmen prüfen (Geben wir zu viel aus? Brauchen wir noch Mittel? etc.)	Projekt-Leitung	Laufend
	Fristen „im Auge behalten“ (Wann müssen wir berichten? Wann Daten löschen? Etc.)	Projekt-Leitung	Laufend
	Wirkung messen und Material sammeln (Teilnahme-Listen, Tagebuch, Interviews etc.)	Projekt-Leitung	Laufend
	Wirkung evaluieren (auswerten und Schlüsse ziehen) (Fristen hängen vom Projekt und Geber ab)	Projekt-Leitung	Monatlich über drei monatlich bis halbjährlich und jährlich
Kommunikation			
	Mittel abrufen	Projekt-Leitung	Fristen nach Geber / sofort nach Bewilligung
	Sach-Bericht erstellen (Was haben wir in welcher Zeit erreicht? - Abweichungen vom Antrag erläutern)	Projekt-Leitung	Fristen nach Geber / mind. einmal jährlich und zum Schluss
	Kosten-Bericht erstellen (Was hat wie viel gekostet? - Abweichungen vom Antrag erläutern)	Projekt-Leitung / Buchhaltung	Fristen nach Geber / mind. einmal jährlich und zum Schluss
	Genehmigungen für Änderungen bei Geber einholen	Projekt-Leitung	Sofort, wenn bekannt
	Öffentlichkeits-Arbeit	Projekt-Leitung / ÖA-Person(en)	Laufend

2. Projekt beschreiben - verständlich und überzeugend

Grundsätzlich gilt für **Texte: KISS** - Keep it short and simple.

Texte, die **kurz, klar, knapp, verständlich, interessant** und **lebendig** geschrieben sind, lesen alle gern und verstehen alle gleich und sofort. Beachten Sie daher diese Regeln, wenn Sie Texte schreiben (Diese gelten übrigens für alle Texte: Projekt-Beschreibungen und Antrags-Texte, Briefe und E-Mails, Social Media und Presse-Texte etc.):

- **Schachtel-Sätze vermeiden: Nicht** wie Heinz Erhardt: „Man muss sogenannte Schachtel-Sätze, die als Unart vieler Dichter, die teilweise sogar noch leben, weil man vergessen hat, sie totzuschlagen, gelten, meiden!“, **sondern:** Man muss sog. Schachtel-Sätze meiden. Sie gelten als Unart vieler Dichter, die teilweise sogar noch leben. Denn man hat vergessen, diese tot zu schlagen.

Je weniger zwischen zwei Punkten steht, desto verständlicher ist der Satz. Haupt-Aussage im Hauptsatz, Ergänzungen etc. im Nebensatz vor oder nach dem Komma. Sätze enthalten 9 bis 15 Wörter, Absätze fünf bis sechs Zeilen. (**kurz**)

- **Spannende Überschriften** als Anker und Orientierung im Text nutzen. Die Lesenden sollten an der Überschrift sofort erkennen, worum es im Absatz geht und entscheiden können, ob interessant oder nicht. Das spart allen Zeit. (**kurz**)
- **Ersetzen Sie Phrasen und Floskeln** durch klare und richtige Aussagen. Kein Mensch ist „jederzeit verfügbar“ oder sollte überhaupt „zur Verfügung stehen“, „sensationell“ ist vielleicht eine sportliche Leistung, selten ein Preis und „katastrophal“ kann eine Explosion oder ein Erdbeben sein, aber niemals ein Signal oder ein Abendessen.

Stellen Sie sich die Floskel vor: „Das Freibad ist in aller Munde“. Wie schrecklich für diejenigen, deren Münder damit voll sind. Besser: Alle sprechen über das Freibad.

- **Vorsicht bei Metaphern!** Fragen Sie sich: Kennen alle die Bedeutung? Verstehen alle das Bild? Zum Beispiel: „Wie die Jungfrau zum Kind kommen“ = es war Zufall, Schicksal, „Die Würfel sind gefallen“ = ich habe mich entschieden etc. (**klar**)
- **Wichtiges schreiben**, denn nicht jeder kennt das Projekt. **Unwichtiges weglassen:** statistische Erhebungen, geschichtliche Entwicklung des Projekts und Studien sind oft überflüssig. (**knapp**)
- **Bläh-Wörter ersetzen:** „in der Lage sein“ oder „die Möglichkeit haben“ = können, „die Absicht haben“ = wollen, „Zielsetzung“ = Ziel oder Vision, „Begrifflichkeit“ = Begriffe, „Räumlichkeiten“ = Räume, „Fragestellung“ = Frage, „Aufgabenstellung“ = Aufgabe, „anstatt“ = statt, „zum jetzigen Zeitpunkt“ = jetzt etc. (**knapp**)
- **Positiv formulieren:** „nichts unversucht lassen“ = alles versuchen, „ohne Aufwand“ = bequem, „ohne Risiko“ = sicher, „Zögern Sie nicht!“ = Nutzen Sie die Chance! etc. Wer positiv formuliert, vermittelt eine positive Haltung. Denn wir können nicht nicht denken. Höre ich „Es gibt keine Schwierigkeiten“, denke ich an Schwierigkeiten, höre ich „Es ist ganz einfach“, fühle ich mich leicht und beschwingt.

- **Füll-Wörter streichen**, denn ohne sie ändert sich der Sinn des Satzes nicht.

Füll-Wörter sind z. B.: also, eigentlich, eher, ja, meistens, natürlich, nun, auch, quasi, doch, vielleicht, einmal, etwa (sofern es nicht im Sinne von „beispielsweise“ genutzt wird) (**knapp**)

- **Konjunktive in der Sprache vermeiden.**

Tun Sie, was Sie „möchten“, „würden“, „versuchen“ etc.! Das schafft Vertrauen und wirkt überzeugter und überzeugender. Freuen Sie sich, statt es nur zu vermuten, und danken Sie, statt es nur so wollen: „Ich würde mich freuen“ = „Ich freue mich“. „Ich möchte Ihnen danken“ = „Ich danke Ihnen“. „Wir bewirken“ statt „Wir versuchen zu bewirken, dass...“ etc. (**klar**)

- Bilder durch **Pars pro toto** erzeugen.

Nennen Sie die Dinge beim Namen! Statt Möbel: Tisch, Stuhl, Bett etc., statt Räumlichkeiten: Saal, Wohnzimmer, Schlafzimmer, Küche, Bad etc., statt Verpflegung: Kaffee, Kuchen, (vegan) belegte Brote etc. (**lebendig**)

- **„Emordete Verben“ bzw. Substantivierungen meiden.** Die meisten Wörter, die auf -ung, -keit, -heit, -schaft, -tum etc. enden, waren früher einmal Verben. Verben machen einen Text **lebendig**. Also: Lassen Sie die Verben leben! Statt „Unsere Empfehlung heute“ „Wir empfehlen heute“, statt „Die Verbindung zu den Kindern wird geschaffen durch Freundlichkeit“ „Wir verbinden Kinder, indem wir ihnen freundlich begegnen.“ (**lebendig**)

Tipp: Suchen Sie Ihre Texte nach Wörtern durch, die auf -ung, -heit, -keit etc. enden und formulieren Sie aktive Sätze.

- **Aktiv statt passiv formulieren.** Nicht: „Das Projekt wird von uns geleitet“, sondern: „Wir leiten das Projekt.“ (s. oben, **lebendig**)

- **Abkürzungen oder Fach-Ausdrücke meiden** oder zumindest einmal ausschreiben und erklären (**verständlich**)

- **Sie/Du- und Wir-Botschaften** statt Ich- bzw. Orga-Botschaften senden: „**Gemeinsam bewirken wir Glück**“, statt: „Unsere Organisation sorgt dafür, dass die Menschen glücklich sind.“ Oder - noch schlimmer: „Von unserer Organisation wird versucht, dafür zu sorgen, dass Menschen vielleicht glücklich sind.“

Kurz: **Formulieren Sie griffig und lebendig!** Sie sind nicht die Einzigen, die einen Antrag stellen. Heben Sie sich dadurch hervor, dass das Kuratorium gleich weiß, worum es geht und sich emotional eingebunden fühlt. Und sparen Sie sich und den Gebenden Zeit: Für den Titel ca. 5 Sekunden Sprech- bzw. Lese-Zeit oder 150 bis 200 Zeichen, für die kurze Beschreibung des Projekts ca. 30 bis 90 Sekunden, bei der langen Beschreibung kommt es auf die Wünsche des Gebers an.

Tipp:

Lesen Sie Ihren Text einem jungen Menschen und oder Bekannten vor, die nichts mit dem Projekt zu tun haben. Verstehen sie den Inhalt alle gleich und sofort, ist der Text gut. Anderenfalls müssen Sie noch Mal ran.

Die drei wichtigen Punkte der Projekt-Beschreibung

1. Vision und Wirkung - Titel des Projekts

- Was **bewirkt** das Projekt in der **Zielgruppe**?
- Was **bewirkt** das Projekt in der **Gesellschaft**? Wie macht es die Welt besser?

2. Projekt beschreiben

a. Kurz zur **Organisation**:

- **Warum** gibt es unsere Social Profit Organisation (SPO), unseren Verein?
- Was ist unsere allgemeine **Vision**? **Was** wollen wir **bewirken**?
- Welche **Werte** vertreten wir?
- Was ist unser **Allein-Stellungs-Merkmal**?
- Was ist unser **Allein-Gebe-Merkmal** (Warum sollte gerade unsere SPO / unser Verein eine Spende / Förderung erhalten?)
- **Wer** sind wir? (Mitglieder, ehren- und haupt-amtlich Mitarbeitende, Kooperierende) Und **wie viele** davon?
- Können wir das Projekt? (**Qualifikationen**, Referenzen)
- Wo sitzt die SPO / der Verein? Und **wo wirkt** sie?
- Wie bzw. womit will sie die Wirkung erreichen? - **Mission**
- Wie lange gibt es die SPO / den Verein schon? (**Gründungs-Datum**)
- Für wen will die SPO / der Verein etwas bewirken? Wer sind die **Nutznießenden**?

b. Kurz zum **Projekt** (Die acht W-Fragen beantworten - **Konzept**):

- **Warum?** - Ziel bzw. Vision
- **Was?** Ausgangs-Situation bzw. Mangel / Miss-Stand
- **Wie?** - Lösung bzw. Mission
- **Wer?** / **Für wen?** - Zielgruppe (Kunst: messbar eingrenzen ohne einzuschränken)
- **Wann?** / **Wie lange?** - (Projekt)Zeitraum - Zeit- und Maßnahmen-Plan
- **Wo?** - lokal, regional, national, europaweit
- **Wie viel kostet es?** Und **wer zahlt wie viel?** - Budget-Plan - Ausgaben vs. Einnahmen
- **Wer macht es?** - Personal aus SPO / Verein, Honorar-Kräfte etc.
- Bonus-Frage: **Wen betrifft es noch?** (Wie viele und welche Lebewesen sind involviert?)

3. Budgetplan

Prüfen: haben wir **alle Kosten** bedacht? Auch die ganz kleinen?

Motto: Think Big (20 % Abweichung sind ok.), denn: Weniger darf es kosten, wenn es aber mehr kostet, können wir nichts mehr nach beantragen.

Zweck (Wofür?/ Was?)	Geplante Kosten (Wie viel?)	Einnahmen	Geber (Von wem?)	Bemerkung / Erläuterung
Personal	Euro	Euro		
Investitionen				
Honorare				
...				
Summe Ausgaben				
Summe Einnahmen				
Beantragte Summe				

Budget-Posten:

- **Personal-Kosten** mit Lohn-Neben-Kosten (Arbeits-Platz, Versicherungen etc.), auch laufende Verwaltung (z. B. Buchhaltung), die dem Projekt zugeordnet werden kann. - **Pauschalen** sind gut, denn Kosten und Posten müssen nicht nachgewiesen werden.
- **Investitionen** (Um- und Neu-Bauten, Möbel, Autos, Garten-Haus, Zelt etc.) - Achtung: Investitionen über 450 Euro müssen inventarisiert werden, d. h. unterliegen der steuerlichen Abschreibung -> Buchhaltung einbinden
- **Sach-Kosten**
 - **Bürobedarf** (Telefon, Porto, Internet etc.)
 - **Material** fürs Projekt (Eintritte, Tablets, Papier, Kleber, etc.)
 - **Mieten** (Räume, Heizung, Sanitär anteilig, Equipment, Hilfs-Mittel wie Rollstuhl, Rollator etc., Gema, Künstler-Sozial-Kasse, Reinigung etc.)
 - **Honorare** (Vorträge, päd. Begleitung, Aufwands-Entschädigungen etc.)
 - **Fahrt- und Reise-Kosten** und Übernachtungen etc.
 - **Versicherungen, Lizenzen** und evtl. Rechts-Beratung
 - **Öffentlichkeits-Arbeit** (Arbeits-Zeit, Material erstellen, Homepage-Pflege, Presse-Kontakte etc.)
 - evtl. Snacks und Getränke (**Verpflegung**), Geschenke für Freiwillige
 - Fortbildungen für Mitarbeitende, Literatur etc.
- etc.

3. Gründlich Recherchieren - Welcher Geber passt?

Bevor Sie den Antrag stellen, recherchieren Sie auf der Homepage (HP) des Gebers und sammeln so viele Informationen, wie Sie können. Lesen Sie „Über uns“, und studieren Sie die Förder-Richtlinien und Förder-Grundsätze. So bekommen Sie ein Gefühl dafür, was die Stiftung, der Geber wirklich will, und was deren Vision ist.

- **Ist die Vision identisch?** Stimmen die Ziele des Fördermittel-Gebers mit unseren eigenen Projekt- bzw. Wirkungs-Zielen überein?
- Hat der Geber **bereits ähnliche Projekte gefördert**? Wenn ja, wie können wir uns davon **abgrenzen**?
- Was fordern die **Förder-Richtlinien**?
- Erfüllen wir als SPO alle **Voraussetzungen**? (z. B. Grund-Pluralität)
- Welche **Fristen** gibt es? (Verwendungs-Zeitraum, Frist für Antrag-Stellung etc.)
- Was sind die Verwendungs- und Finanzhilfe-Richtlinien?
- Gibt es **FAQ** (Häufig gestellte Fragen), in denen wir die Antworten auf unsere Fragen finden?
- Gibt es einen Abschnitt auf HP: „**Was wir nicht fördern**“? Schafft noch mehr Klarheit über Geber-Ziel.
- Gibt es **Erfahrungen** von befreundeten Organisationen und oder dem eigenen Kollegium mit dem Geber?
- Gibt es Regeln für **Ausschreibungen**? Wenn ja, welche? Und kann die SPO diese erfüllen?
- Müssen wir einem **Dachverband** angehören? (Der Paritätische, Caritas, Diakonie, ZWST der Juden etc.)
- Welche Rechts-Formen werden gefördert?
- Was wird gefördert? Nur Sachmittel oder auch Personal im Projekt und Honorare?
- Gibt es eine Verwaltungs-Kosten-Pauschale oder müssen wir das zu den Sach- und Personal-Kosten rechnen?
- Ist auch Einzel-Förderung möglich?
- Wie viel **Eigen-Anteil** müssen wir aufbringen?
- Und was gilt als Eigen-Mittel, Eigen-Anteil?

4. Vorab-Anruf beim Geber

Nach gründlicher Recherche auf der Homepage des Gebers und im Kollegium, lohnt sich ein Anruf beim ausgewählten Fördermittel-Geber, der Stiftung oder Lotterie persönlich, um noch offene Fragen zu klären und sich über die Formalitäten auszutauschen. Außerdem erhöht es die Wahrscheinlichkeit für eine Förderung, wenn sich die gebende Institution und die sie Vertretende an uns erinnern.

Daher:

- Welche **Fragen** sind noch **offen**? Wofür konnten wir keine Antwort auf der Homepage finden, zum Beispiel:
 - Was ist förderschädlich?
 - Welche Formalia gilt es zu erfüllen?
 - Was ist gegebenenfalls nicht förderfähig?
 - Gibt es noch Mittel im laufenden Jahr?
- Beschreiben Sie Ihr Projekt in höchstens 60 bis 90 Sekunden (Spart Zeit für beide Seiten)!
- Ansprech-Person erfragen

Wichtig: Gut zuhören und Schlüssel-Wörter des Gebers beim Gespräch heraushören. Danach Antrags-Text entsprechend anpassen und Schlüssel-Wörter einbringen. So kann das Kuratorium nach diesen Wörtern im Text „scannen“.

Tipp:

Wenn sich herausstellt, dass die Stiftung, der Geber doch nicht passt, fragen Sie nach Alternativen. Fördermittel-Geber kennen sich oft gut untereinander und sind vernetzt. Getreu dem Fundraising-Motto: Wer nach Geld fragt, bekommt einen guten Rat, wer nach einem Rat fragt, bekommt Geld (wenn vielleicht auch nicht von demjenigen, den man um Rat gefragt hat.).

BEWILLIGUNG -

Verwendungsnachweis und Sachbericht

Nach der Bewilligung Ihres Antrags ist vor dem **Verwendungs-Nachweis**. Lesen Sie den **Fördermittel-Vertrag genau** und **verteilen die Aufgaben verantwortlich**:

Wer macht was bis wann?

	Wer	Wann	Status
Aufgabe / Was?			
Termine vereinbaren	Verwaltung	Bis	Erledigt
Flyer erstellen	Öffentlichkeits-Arbeit		
Belege sammeln	Buchhaltung		
Projekt-Tagebuch führen	Projekt-Leitung		
...			

Material für **Verwendungs-Nachweis (Schluss-Bericht)**

- **Belege** (Teilnahme-Listen, Flyer und anderes öffentlichkeits-wirksames Material - auch Screen-Shots, Quittungen etc.) **sammeln**
- **Projekt-Tagebuch** führen (Erfolge, Miss-Erfolge und Gelerntes, Meilen-Steine)
- Bilder / Medien-Resonanz sammeln (Achtung: Persönlichkeits- und Urheber-Recht)

Inhalt eines **Sach-Berichts**:

- Rahmen-Daten: Projekt-Nummer, -Name,-Zeitraum, -beteiligte etc.
- Projekt-Ablauf und Erreichen der **Ziele**
 - Wann / in welchem Zeitraum haben wir welches Ziel erreicht?
 - Welche und wie viel Mittel haben wir dafür verwendet?
- **Abschluss-Rechnung mit Erläuterung** - Prüfen: Haben wir alle Kosten bedacht? (s. Tabelle am Ende):
- **Evaluation, Fazit und Ausblick**:
 - Haben wir unser/e Ziel/e erreicht?
 - Wenn ja, wie erfolgreich? Wenn nein, warum nicht?
 - Was haben wir gelernt?
 - Was machen wir in Zukunft gleich / anders?
 - Wie geht es weiter?
 - Wird das Projekt fortgesetzt?
 - Wie? oder Warum nicht?

- Dokumentation der **Öffentlichkeits-Arbeit** (Gibt es Veröffentlichungen in Medien?)
- **Danke sagen**
- Vor Abgabe **prüfen**:
 - Sind alle Angaben gemacht und vollständig?
 - Steht auf den Belegen „sachlich und rechnerisch richtig“ und das Datum?
 - Sind alle Unterschriften eingeholt?
 - Haben wir alle Rechte auf Bilder etc. (Urheber, Lizenzen)?
 - Haben wir die Erlaubnis aller Menschen, Bilder zu veröffentlichen (Persönlichkeits-Recht)?
 - Haben wir alle Kosten hier eingetragen?:

Beleg-Nr. / Beleg-Name	Ausgaben	Zweck (Wofür?)	Einnahmen / Eigenmittel	Geber (Von wem?)	Datum	Bemerkung / Erläuterung
...	Euro	...	Euro
Summe Ausgaben						
Summe Einnahmen						
Verbraucher Zuschuss						

- Später prüfen: Hat uns der Geber den Eingang des Berichts bestätigt, ihn geprüft und auch bestätigt, dass alles richtig ist.

Tipp:

Viele Fördermittel-Geber, vor allem kleinere Stiftungen und Unternehmen fordern **keinen Verwendungsnachweis**. Daher freuen sich die Verantwortlichen meist um so mehr, wenn man ein paar Fotos vom gelungenen Projekt und einen kurzen Erfolgs-Bericht, oder sogar ein kleines Dankeschön, das im Projekt entstanden ist schickt - etwa ein Bild, gemalt von den Kindern, die am Projekt teilgenommen haben. Oder Sie laden zu einem Dank-Fest ein, gehen persönlich vorbei etc..Das erhöht die Chancen, wieder gefördert zu werden.

Senden Sie auf alle Fälle einen Schluss-Bericht mit Danksagung.

Und ein Projekt hat oft mehrere Seiten, Themen und Zielgruppen. Beleuchten Sie für eine **Anschluss-Finanzierung** alle, um weitere Fördermittel-Geber identifizieren zu können.

Ausflug in die Evaluation

Evaluieren bedeutet: systematisches Sammeln von Daten, die etwas über das Projekt aussagen. So kontrollieren und sichern Sie als Organisation die Qualität Ihres Projekts, decken Verbesserungs-Potential auf und erfahren, welche Wirkungen noch möglich sind.

Fragen der Evaluation

- Konnten wir unsere gesetzten Ziele erreichen?
- Funktioniert das Projekt für die vorgesehene(n) Zielgruppe(n)?
- Sind die Teilnehmenden zufrieden?
- Ist die gewünschte Veränderung eingetreten? Im Bewusstsein, Handeln etc.
- Müssen wir vielleicht etwas verändern, oder ist alles gut so?

Methoden der Evaluation

- Zählen - Wie viele Teilnehmende?, wie viele Angebote? etc.
- Befragen - Teilnehmende und Beteiligte - schriftlich, online oder telefonisch
- Dokumentieren - zum Bsp. als Tagebuch, das die Teilnehmenden schreiben oder Sie
- Sprechen und Zuhören - Interviews mit den Teilnehmenden, Feedback-Runden
- Beobachten - Wie verändert sich die Gruppe? Wie die Menschen im Einzelnen? etc.

Daten auswerten

- Raster bilden: Am besten funktionieren vorgegebene Antworten und oder ein Fragebogen mit einer Skala von 1 bis 6.

Schlüsse ziehen

- Müssen wir etwas verändern? Wenn ja, was und in welche Richtung?
- Was war gut und sollten wir übernehmen?
- Was war eher schwierig und hat nicht zum gewünschten Erfolg / zur gewünschten Wirkung geführt ?

SMARTe Ziele

spezifisch: klar und eindeutig (alle verstehen sie gleich im Sinne von sofort und ohne Nachfrage): Was wollen wir erreichen, bewirken (Vision)?

messbar: Welche Marken / Indikatoren setzen wir (Anzahl Teilnehmende, Verbesserung des Wohlbefindens etc.)? Und wie messen wir das? - Evaluation

akzeptiert und **aktions-orientiert:** Finden alle Beteiligten diese Ziele gut und verstehen sie? Und liegt das Erreichen der Ziele in unserer Hand (interne und externe Einflüsse beachten - SWOT-Analyse s. Tabelle)

realistisch: Können wir unsere Ziele umsetzen und wirklich erreichen? - Ressourcen-Analyse (Mittel, Personal etc.) - Wider-Sprüche vermeiden (z. B. Einsparen vs. Budget erhöhen)

terminierbar: Bis wann wollen wir das Ergebnis erzielen? In welchem Zeitraum?

So können Sie eine **SWOT-Analyse** gestalten: Schreiben Sie Stärken und Schwächen Ihrer Organisation auf und gleichen Sie mit den Chancen und Risiken aus dem Umfeld ab. Danach legen Sie Ihre SMARTen Ziele fest.

Strengths / Stärken	Weaknesses / Schwächen
Opportunities / Chancen	Threats / Risiken

Innovation und Alleinstellung

Damit ein Projekt innovativ ist, muss es nicht immer neu gestaltet sein. Ein paar Faktoren neu besetzt, und ein bewährtes Projekt gilt als innovativ. Und Sie erzeugen gleichzeitig ein Allein-Stellungs- und Allein-Gebe-Merkmal für Ihr Projekt.

5 Faktoren für Innovation:

- Neue Koop-Partner: Altenheim mit KiTa, Jugendgruppe mit Umwelt-Aktions-Projekt
- Neue Technologien werden genutzt: Digitalisierung, Social Media.
- Partizipativ: Zielgruppe ist involviert und gestaltet mit.
- Neue Zielgruppen ansprechen und oder neue und alte vereinen.
- Neue Denk- und Handlungs-Muster entstehen durch das Projekt in der SPO und verfestigen sich.