

15 Gebote für eine erfolgreiche Geldsuche

Die Suche nach Unterstützung für ein Kulturprojekt bei öffentlichen und privaten Stellen verlangt ein massgeschneidertes Vorgehen. Jede Förderstelle funktioniert nach eigenen Regeln, richtet sich nach eigenen Kriterien und stellt eigene Ansprüche an die Projektdokumentation. Viele kennen besondere Eingabetermine, die je nach Projektkategorie ändern. Bei öffentlichen Stellen riskiert der Anfrager eine Absage, wenn er den Termin verpasst. Es empfiehlt sich also, bei der Geldsuche für kulturelle Anliegen die folgenden 15 Empfehlungen zu beherzigen.

1. Entscheiden Sie sich: Suchen Sie einen Sponsoringbeitrag oder suchen Sie die Unterstützung öffentlicher oder privater Kulturförderer? Der Unterschied ist fundamental. Sponsoring ist letztlich ein Austausch von Leistungen: Öffentlichkeit und Image gegen Geld und Werbehilfe. Dabei kann es um sehr grosse Beträge gehen, wenn Ihr Anlass entsprechend populär ist. Eigentliche Kulturförderung honoriert kulturelle Bemühungen, ohne dafür Gegenleistungen zu verlangen.
2. Wenn Sie Sponsoren suchen, überlegen Sie sich, wer zu Ihrem Projekt passt. Wie wird Ihr Anlass wahrgenommen? Gemütlich, konservativ, dynamisch, sportlich, innovativ? Was ist Ihr Publikum? Jung, trendy, intellektuell, 40+, ländlich, städtisch, gebildet, mittelständisch, älter, wohlhabend?

Kombinieren Sie die beiden Faktoren und überlegen, welche Firmen bzw. welche Marken dazu passen würden. Diese fragen Sie an. Senden Sie kein Dossier, rufen Sie an. Bleiben Sie hartnäckig und rufen wieder an. Senden Sie Ihr Dossier nur auf Geheiss. Vergessen Sie nicht, die Kommunikationsleistungen, die Ihr Projekt für den Sponsor erbringen kann, hervorzuheben.

Die Volkskultur hat keine schlechten Karten bei Sponsoren, die ihrerseits ein breites Publikum ansprechen oder die mit der ländlichen Kultur verbunden sind.

3. All das interessiert den klassischen Kulturförderer – die Gemeinde, den Kanton, den Bund, die Stiftung – nicht. Wenn Sie sich für Kulturgelder entscheiden, informieren Sie sich über die Förderpolitik jeder Stelle, die Sie anschreiben wollen. Achten Sie insbesondere auf Förderschwerpunkte, Schlüsselkriterien, Projektkategorien und zugehörige Formulare und Termine. Wenn Ihr Projekt im Auftrag der betreffenden Stelle keinen Platz findet, unterlassen Sie die Anfrage. Nichts hassen Kulturförderer so sehr wie chancenlose Dossiers, die im Copy-Paste-Verfahren an möglichst viele Adressen verschickt werden.

Nur wenige Förderstellen kennen eine explizite Förderung von Volkskultur; das sind das Bundesamt für Kultur, die Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia sowie die IGV im Auftrag von Pro Helvetia. Bei kommunalen, kantonalen wie privaten Förderstellen reihen Sie ihr Projekt in die jeweilige Kunstdisziplin, z.B. Musik, Tanz, Theater ein. Achten Sie auf die Kriterien: Förderstellen, die ein sehr starkes Gewicht auf Innovation legen, unterstützen in der Regel keine traditionellen Anlässe oder Projekte.

Sie können BAK, Pro Helvetia und IGV nicht gleichzeitig anfragen; parallele Subventionierung ist gesetzlich ausgeschlossen. Überlegen Sie also, wo Sie die grössten Erfolgchancen haben. Als Gedankenstütze kann diese Faustregel dienen: Dem BAK fallen die grossen und breitenkulturellen Projekte zu, Pro Helvetia die mittleren und künstlerisch ambitionierten Formate, der IGV das, was man „klein und fein“ nennen würde.

4. Heben Sie jene Leistungen heraus, die mit dem Auftrag der angefragten Förderstelle übereinstimmen (z.B. Inlandaustausch, Jugendförderung, Regionalentwicklung, Kulturvermittlung, etc.). Nur dafür werden Sie Geld erhalten. Schöne Ideen alleine genügen nicht. Zeigen Sie, dass Sie wissen, an wen Sie das Dossier schicken.
5. Sagen Sie, welche Summe Sie anfragen – und für welche kulturelle Leistung, die mit dem Auftrag des Förderers übereinstimmt.

6. Informieren Sie den potentiellen Geldgeber frühzeitig über ihre Pläne, vor allem wenn Sie fünf- oder sechstellige Beträge anfragen. Bestenfalls kann er Budgets zurückstellen. Erzeugen Sie einen regelmässigen Informationsfluss zum Geldgeber. Fragen Sie um Rat; Ihre Anfrage wird dadurch präziser. Das erspart Ihnen Arbeit und dem Förderer. Letzterer mag es, wenn man seinen Rat befolgt und ihm die Arbeit erleichtert.
7. Zeigen Sie, dass Ihr Projekt gereift und gut fundiert ist. Idealerweise ist es die Frucht einer längeren Aktivität oder Arbeit, sei es als Ensemble, sei es als Veranstalter. Eintagsfliegen haben geringe Chancen.
8. Formulieren Sie klar, was Sie erreichen möchten, welche Ihre Wirkungsziele sind und woran Sie Erfolg festmachen. Seien Sie ambitiös, aber nicht überambitiös, indem Sie die Welt retten wollen. Erfolgskriterien könnten sein, dass sich aus Ihrem Projekt ein Folgeprojekt ergibt, Gegeneinladungen, Tourneen, Erfolgsparameter sind auch die Anzahl erwarteter Zuschauer und Beteiligter und politische Wertschätzung.
9. Kein Dossier ohne Finanzierungsplan. Er ist der Schlüssel zum Erfolg. Er muss nicht nur die Auslagen auf übersichtliche Weise strukturieren, sondern auch zeigen, wie Sie die Aufwände zu decken gedenken. Dazu gehören Eigenleistungen – das kann ehrenamtliche Arbeit sein, die Ihre Leute ins Projekt stecken und die Sie als Aufwand wie als Ertrag sichtbar machen –, Ticketeinnahmen, Sponsoringgelder, Spenden, Unterstützungsbeiträge, Subventionen. Im Finanzierungsplan muss die von Ihnen angefragte Summe sichtbar sein.
10. Reservieren Sie 15% Ihres Budgets für die Kommunikation. Kulturförderer wollen, dass die unterstützten Projekte Wirkung entfalten. Das gehört zum politischen Auftrag der Kulturförderung.
11. Legen Sie Gewicht auf die Zusammenarbeit mit anderen Veranstaltern, Ensembles, Organisationen. Das erhöht die Ausstrahlung des Projekts und die Erfolgchancen bei der Geldsuche.
12. Seien Sie mutig genug, an die grossen Themen der Gegenwart wie interkultureller Dialog, Minderheitenförderung, Nachwuchsförderung, Heimatkultur anzuschliessen.
13. Sie können als dritte Option Spenden suchen. Dafür benötigen Sie kein grosser Dossier, sondern eine kurze, interessante Beschreibung Ihres Projektes. Die verschicken Sie mit einem Brief an mögliche Spender. Machen Sie Vorschläge, was der Spender für welchen Beitrag erhält: eine Freikarte, einen Aperitif, eine CD, eine besondere Einladung, was immer Ihre Organisation hergibt.
14. Ähnlich verfahren Sie, wenn Sie Ihr Projekt über Crowd-Funding finanzieren möchten. Die beste Crowd-Funding-Plattform in der Schweiz ist www.wemakeit.ch. Hier müssen Sie präzise Gegenleistungen vorschlagen. Und Ihre Mitglieder- und Fanbasis mobilisieren, sobald das Projekt online ist. Die Redaktionsgruppe von wemakeit.ch berät Sie.
15. Was die IGV angeht, weitere Faustregeln: Gehen Sie mit der gewünschten Summe nicht über 10'000 Franken, seien Sie einfach in den Absichten und genau in der Beschreibung Ihrer fonds-spezifischen Leistung.