

Das Fundraising – Strategische und planerische Mittelbeschaffung

 Netzwerk „Integration durch Qualifizierung IQ“

**Workshop für VertreterInnen von Migrantenselbstorganisationen in
Mecklenburg-Vorpommern**

22. März 2014 in Rostock

**www.mecklenburg-vorpommern.netzwerk-iq.de
www.netzwerk-iq.de**

Impressum

Herausgeber:

IQ Netzwerk Mecklenburg-Vorpommern

Teilprojekt: Bildung und Qualifizierung von Migrantenselbstorganisationen in MV
c/o Förderverein des Migrantenrats der Hansestadt Rostock e.V.

Autorin:

Wolfgang Brasch, Dozent in der Erwachsenenbildung

Alle Rechte vorbehalten

© 2014

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung“ zielt auf die nachhaltige Verbesserung der Arbeitsmarktintegration von Erwachsenen mit Migrationshintergrund ab. Daran arbeiten bundesweit regionale Netzwerke, die von Fachstellen zu migrationsspezifischen Schwerpunktthemen unterstützt werden. Das Programm wird gefördert durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, das Bundesministerium für Bildung und Forschung und die Bundesagentur für Arbeit.

Das Fundraising – Strategische und planerische Mittelbeschaffung

**Workshop für Migrantenorganisationen in
Mecklenburg-Vorpommern**

22. März 2014



- **Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Vereine**

Finanzen eines gemeinnützigen Vereins:

- Beiträge der Mitglieder
- Spenden, also Überlassung von Geld, ohne unmittelbare oder konkrete Gegenleistung
- Einnahmen aus Leistungen (Auftritte, Eintrittsgelder, Flohmärkte, Verkauf von Artikel unter den Herstellungskosten)
- Projektfinanzierung, aus Geldsammlungen, Gewinnung von Sponsoren (typisch für Sportvereine) ist bereits Fundraising

Eines der wichtigsten Mittel der Projektfinanzierung ist das Fundraising

Der Begriff:

Fundraising (engl.), **Mittelakquisition** bzw. **Mittelbeschaffung**

...ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, die darauf abzielen, alle für die Erfüllung des Satzungszwecks benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen und öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.¹

- **Voraussetzungen für erfolgreiches Fundraising**

1. Vorhanden sind:

- eine **Satzung**, die vom Vereinsregister beim Amtsgericht und vom Finanzamt anerkannt wird,
- die Anerkennung der **Gemeinnützigkeit**, vom Finanzamt, und nach Möglichkeit
- ein **Büro**, mit bezahlten oder/und ehrenamtlichen, also freiwillig kostenlos arbeitenden Mitarbeitern

2. sowie **der erklärte Wille** von Vorstand und Mitgliedern, die Vereinsidee in die Tat umzusetzen, zum Beispiel über konkrete Vorhaben, also **zur Projektdurchführung**.

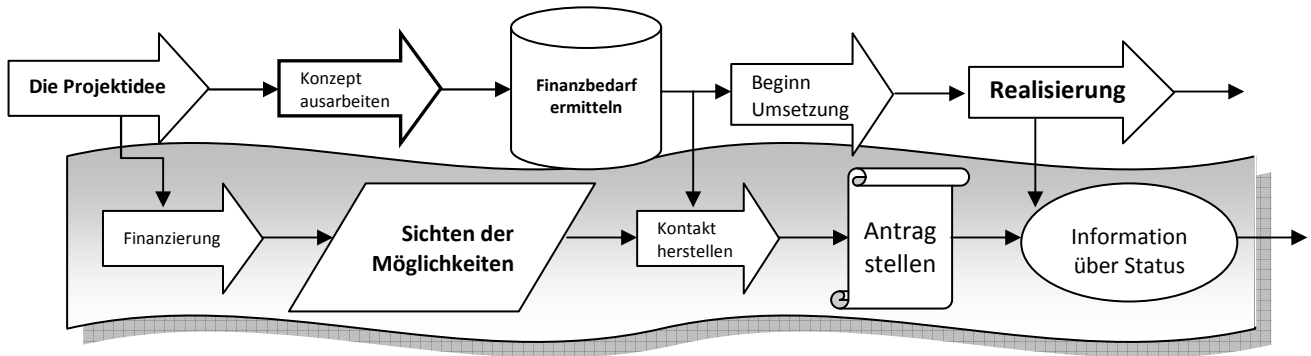
3. Aus der Vereinsidee und aus der Projektidee ergeben sich oft Problemstellungen zur Finanzierung des gesamten Vorhabens, oder einiger seiner Bestandteile. Projektidee und Vereinsidee, also der Vereinszweck dürfen auf keinen Fall auseinanderfallen.

4. Die Projektidee ist ausgereift und eine Projektkonzeption ist in seinen grundlegenden Punkten erarbeitet:

Ziel, Zweck, Zielgruppe, Ablauf und Zuständigkeiten (wer macht was und wann), **Wirkung** und **Finanzbedarf** sind bestimmt und möglichst strukturiert ausgearbeitet (Vorlagereif in Form und Aussehen für Außenstehende)

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Fundraising>

Die Stellung des Fundraising im Projektmanagement



- **Vorbereitungen für die Mittelakquise – die Konzeption**

Wichtigstes Element ist die **Klarheit über den Finanzierungsbedarf** zu bekommen und die **Begründung zu den Vereinsmitteln** zur Projektdurchführung unzureichend sind.

Die Mittelakquise benötigt selbst eine Konzeption, denn um den richtigen „Geldgeber“ zu ermitteln und dann zur richtigen Zeit, das passende Projektconcept zu einzureichen, bzw. zu präsentieren braucht Zeit, die dann im eigentlichen Stadium der Projektumsetzung kostbar ist.

- **Jahrestage und Jubiläen** im Blick haben, also im Kalender „rot“ vermerken und die entsprechende Vorlaufphase ab eigentlichem Projektbeginn zurück rechnen („Minuszeit“ ermitteln, z.B. noch drei Monate bis Projektbeginn: Projekteinreichung und Antragstellung, noch zwei ... usw.);
- **Die Absicht eines „Geldgebers“ ermitteln** und erkennen, meistens und am sinnvollsten ist es Stiftungen anzusprechen. Die Stiftungszwecke und Vereinssatzung sollten sich ergänzen, oder in wesentlichen Punkten übereinstimmen sowie der Zweck des beabsichtigten Geldeinsatzes;
- **Entscheidungsstermine ermitteln**, um unangenehme Überraschungen zu vermeiden (manche Stiftungen entscheiden nur 1- oder 2-mal im Jahr über Projektfördermittel);
- **Die Mittelakquise in seinen Phasen einteilen:**
Erstkontakt herstellen, ob das Projekt grundsätzlich förderfähig ist – **Projektskizze** einreichen, bei Zeitmangel gleich den Antrag einreichen – **Erste Reaktion** abwarten, Korrekturen und die dafür notwendige Zeit berücksichtigen – mögliche eintretende Veränderungen im **Antragsprozess** einplanen – **Abbruchkriterien** festlegen und mit „Geldgeber“ vereinbaren (z.B. nicht kalkulierbare Kostenexplosion, also bei fehlender Übereinstimmung von Aufwand und Nutzen, für beide Seiten bei der Projektumsetzung – **Entscheidungsfindung** und Bescheid/Ablehnungsbescheid – **Start des Projektes** – **Abrechnung der Fördermittel** beim „Geldgeber“ und vor den Vereinsmitgliedern – **Aus- und Bewertungsprozess**.

- **Die Umsetzung – die Ansprache von potenziellen Förderern**

Förderer können sein:

- **Stiftungen** und Adressen (siehe auch **Handreichung zum Workshop "Erstellung von Projektanträgen im interkulturellen, kulturellen, developmentpolitischen und sportlichen Bereich"**²)

² Autorin: Antje Schneider, <http://www.mecklenburg-vorpommern.netzwerk-iq.de/1279.html>

- **Einzelpersonen** („Mäzene“, Gönner, „Fördernde Mitglieder“-Mitglieder, die von der allgemeinen Beitragszahlung befreit sind, verstorbene die ihren Nachlass dem Verein überlassen u.a.)
- **Unternehmen** unterschiedlichster Größe und Branche;
- **Fördervereine** von Schulen, Hochschulen, Kultur- und Sporteinrichtungen (Theaterförderverein zum Beispiel), ein Förderverein des eigenen Vereins (Förderverein des Perspektive Deutschland e.V.-gibt es noch nicht);
- **öffentliche Verwaltung**, wie Bundesministerien (Aufforderung zur Projekteinreichung, Ideenwettbewerb), Europäischer Sozialfonds, Europäischer Integrationsfonds, Landesideenwettbewerbe, Kommunale Verwaltungen oder Einrichtungen (Fonds Soziale Stadt);
- **Straf- und Bußgelder**, Registrierung beim Oberlandesgericht in Rostock ist Voraussetzung.

In allen Fällen ist mit der Ansprache die Aufforderung zu verbinden, den Nachweis der Gemeinnützigkeit zu erbringen, sowohl im Satzungszweck, als auch durch offizielle Freistellung von der Körperschafts- und möglicherweise von der Umsatzsteuerpflicht.

- **Wirksame Inhalte, Aufbau, Stil und Aufmachung von Briefen**

1. Haupt-Aspekt für das Schreiben: **unser Verein möchte ein erfolgreiches Projekt realisieren**, also verwirklichen; der Förderer möchte mit dem zur Verfügung gestellten Geld ein erfolgreiches Projekt unterstützen – Beide möchten und wollen den Erfolg, begründen Sie, weshalb dieses Projekt unterstützt werden kann und soll;

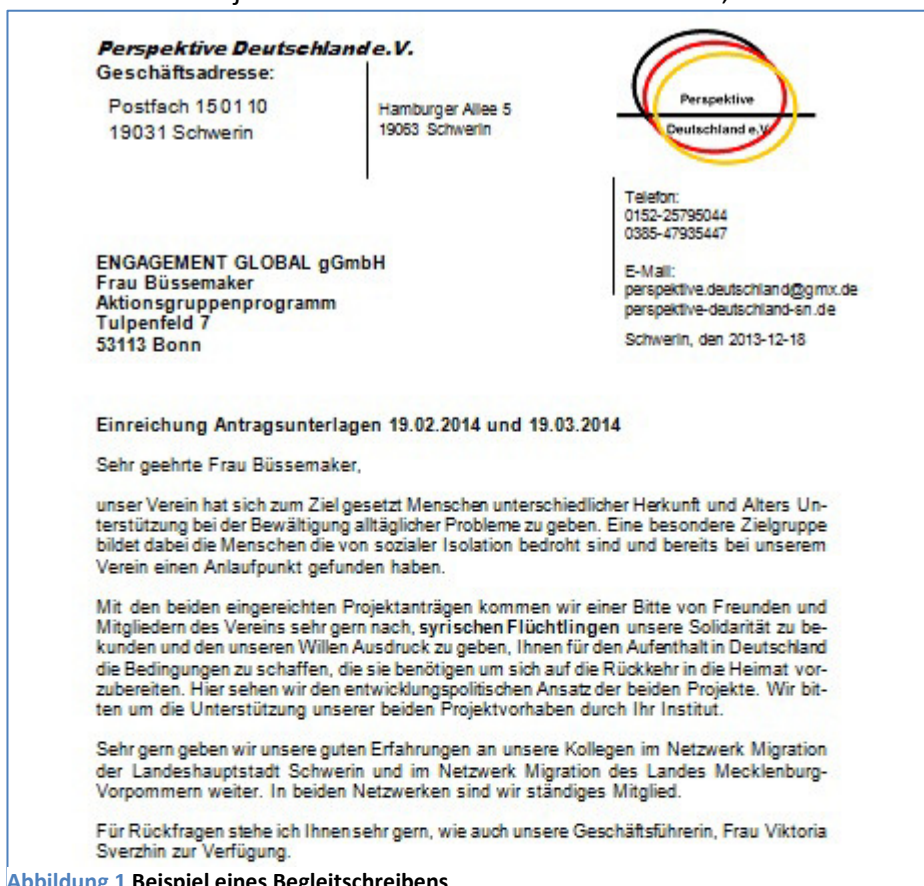


Abbildung 1 Beispiel eines Begleitschreibens

2. Ein erfolgreiches Projekt der unseren Verein z.B. bekannt machen soll, organisiert ein Projekt im Sinne der Gemeinnützigkeit, das bedeutet das Projekt dient nicht dem Verein und seinem Fortkommen, also seiner Weiterentwicklung, sondern **das Projekt dient der Allgemeinheit**, das heißt allen Menschen – ein Projekt für alle *interessierten* Menschen, ist die

äußerste Grenze der Einschränkung. Eine Formulierung wie: „das Projekt soll unseren Mitgliedern ermöglichen...“ -muss schon stark argumentativ begründet werden, weshalb es im Sinne der Gemeinnützigkeit gefördert werden soll, und das interessiert dann erst recht den Förderer, um Ablehnungsgründe anzuführen;

3. **Der Stil ist entsprechend dem Verhältnis zum Förderer**, eine Institution mit vielen Mitarbeitern braucht eine andere Ansprache als eine Privatperson. Offizielle Anschreiben, auch E-Mails grundsätzlich distanziert, wie beim ersten Mal und unbekannterweise;
4. Der Verein erst einmal gegründet, benötigt ein **offizielles oder mehrere offizielle Erkennungsmerkmale**, ein Motto, also einen Leitspruch, oder/und ein Logo und ein Geschäftsbrief mit wiederkehrenden Erkennungszeichen (Platzierung von Vereinsnamen immer an der gleichen Stelle des Briefes). *Der Leitspruch der mecklenburgischen Fürstenhäuser in Schwerin und Neustrelitz war zum Beispiel: „per aspera ad astra“ und war Teil des Logos, also des Wappens;*

- **Fundraising als Beziehungsmanagement**

Aller Anfang ist schwer, in der Vereinsgründungsphase muss das sogar so sein, sonst lassen sich nur schwer krisehafte Situationen in der Vereinsentwicklung erkennen, überstehen und meistern. Das gilt auch in dem Verhältnis von Förderern und Geförderten.

Der Förderer ist Treuhänder von Geld, das erklärtermaßen die Privatsphäre „verlassen“ hat, um im Dienst der Allgemeinheit für Projektförderung unterschiedlichster Formen, Arten und Förderzeiträume zur Verfügung zu stehen.

Zu Beginn besteht zwischen Antragsteller und Förderer ein **Vertrauensverhältnis auf Widerruf**, und zwar auf beiden Seiten!

Wird Geld bereitgestellt kommt es nicht auf die Fördersumme an, sondern darauf an, wie das Geld gehütet, geschützt, eingesetzt und der Einsatz des Geldes nachgewiesen werden wird und wurde.

Zum Nachweis gehören:

- der **Sachbericht** zum geförderten Projekt;
- **Nachweis über geleistete Arbeitsstunden**/erbrachte ehrenamtlich, bzw. beruflich bedingte Arbeit;
- **Überblick über die Anzahl der erreichten Menschen**, also die Einschätzung der Wirksamkeit des geförderten Projektes;
- **Nachweis aller Ausgaben**, mit Belegen und Belegliste(n);
- der **Vergleich zwischen geplanten (SOLL) und tatsächlichen (IST) Ausgaben**; wenn das verlangt wird, dann ist das zwingend Bestandteil des Nachweisverfahrens über die Mittelverwendung;
- **Einschätzung der Nachhaltigkeit** (ein Indiz ist der Wunsch auf Wiederholung des Projektes, mit der Möglichkeit seiner Ausweitung auf eine größere Zielgruppe usw.);

Das finanzielle Ergebnis ist für den Verein meist nicht direkt messbar, zum Beispiel direkt durch Mehreinnahmen an Spenden, oder Beitrittserklärungen und den damit verbundenen Beitragsgeldern, bzw. den Geldern die durch das Projekt als Verwaltungsaufwand beim Verein verbleibt. Wichtiger ist die Außenwirkung, die sich auf das Fortsetzen dieser Vereinsaktivitäten begründet.

Der Verein wird für derartige und weitere Projekte direkt eingeladen, also „gebucht“. Mit einem Votum von Einrichtungen und deren Protagonisten, lassen sich sehr gut bei dem gleichen, oder einem anderen Zuwendungsgeber weitere Engagements begründen.

Viel Spaß bei der Projektentwicklung und dem sich anschließenden Projektmanagement, wünscht
Euch

Wolfgang Brasch

Hier das Beispiel des Vereins **Perspektive Deutschland e.V.** für die Gestaltung des Deckblatts und der ersten Seite einer Projekteinreichung:

2014-02-19

Perspektive Deutschland e.V.

Wolfgang Brasch

[AKTIONSGRUPPENPROGRAMM]
Mein Land Syrien. Solidarität mit syrischen Flüchtlingen

AKTIONSGRUPPENPROGRAMM (AGP)

ENGAGEMENT GLOBAL **agp** Aktionsgruppenprogramm / Tulpenfeld 7 / 53113 Bonn / Tel.: (0228) 20717-292 Fax: (0228) 20717-291 / 5-Mail: agp@engagementglobal.de

ANTRAG für das Haushaltsjahr 2014

Bitte beachten Sie folgende HINWEISE:

- Der Antrag muss spätestens sechs Wochen vor Beginn der Maßnahme bei Engagement Global vorliegen. Es gilt der Poststempel.
- Füllen Sie den Antrag entweder elektronisch oder in Druckschrift aus.
- Fügen Sie ggf. zusätzliche Zeilen hinzu.
- Erstellen Sie sich eine Kopie für Ihre Unterlagen.
- Senden Sie den Antrag unterschrieben per Post an oben genannte Adresse.
- Weitere Informationen entnehmen Sie bitte dem Merkblatt zum AGP.

1. Informationen zum Antragsteller

a) Kontaktdaten:

Perspektive Deutschland e.V.
(Name des Antragstellers)

Hamburger Allee 5
(Straße, Hausnummer/ Postfach)

19063 Schwerin
(PLZ, Ort)

0385-47935447
perspektive.deutschland@gmx.de
(Telefon, E-Mail)

Wolfgang Brasch / Vertretung: Viktoria Svershin
(Kontaktperson/ Telefon, E-Mail)

Wird von ENGAGEMENT GLOBAL ausgefüllt:

Adressen: _____

Förderung: _____ €

Absage: _____

b) Bankverbindung:

1728904605 <small>(Konto-Nr.)</small>	Perspektive Deutschland e.V. <small>(Kontoinhaber)</small>
14052000 <small>(Bankleitzahl)</small>	Sparkasse Mecklenburg-Schwerin <small>(Bankensitz)</small>
DE44140520001728904605 <small>(IBAN)</small>	NOLADE211WL <small>(BIC)</small>

Seite 1 von 5

Abbildung 2 Projekteinreichung eines Vereins – mit Deckblatt

• **Der Stiftungs-Markt im Überblick**

Zunächst ein Veranstaltungshinweis für den 13.05.2014 in Köln, der **NPO-Akademie/Hütter MC Management Consulting Deutschland GmbH** Friedrichstrasse 171, 10117 Berlin
Tel: +49 (0) 30 920 383 9994, E-Mail: office@npo-akademie.de, www.npo-akademie.de/ (Kosten 340,00 €)

Stiftungs-Fundraising

Stiftungs-Fundraising wird als Instrument immer interessanter, weil der klassische Aufbau von Fundraising, z.B., die Gewinnung von Neuspendern über Mailings oder Suchmaschinen-Marketing, häufig hohe Investitionen erfordert, die viele kleinere Organisationen nicht haben.

Der Vorteil von Stiftungs-Fundraising ist, dass es kaum externe Kosten (z.B. Druck, Porto, Mediakosten) verursacht und vergleichsweise wenige Voraussetzungen (technisch oder infrastrukturell) erfordert. Man braucht lediglich Zeit, einen PC sowie Internet- und Telefonanschluss. Und die Zahl der Stiftungen wächst rasant: bald sind es 20.000 in Deutschland. Welch ein Fundus für ihr Fundraising!

Die allermeisten Anträge, die bei Stiftungen eingehen, werden abgelehnt. Das liegt nicht an den Stiftungen, sondern an den dort eingehenden, unprofessionellen Anträgen. Täglich werden in Deutschland Hunderte von Anträgen geschrieben, etwa weil...

- ... die kontaktierte Stiftung gar keine externe Projekte fördert
- ... die beantragten Themenfelder nicht gefördert werden dürfen
- ... der Beitrag zu hoch oder zu niedrig (i) war,
- ... das Timing falsch war oder der falsche Ansprechpartner gewählt wurde.

Täglich werden aber auch Förderzusagen versandt an die wenigen Antragsteller, die die Regeln des Spiels verstanden haben. Wenn auch Sie wissen wollen, worauf es ankommt beim Stiftungs-Fundraising, haben Sie gute Chancen, die Konkurrenz hinter sich zu lassen und bald auch mit überschaubarem Aufwand erfolgreich hohe Beträge einzuwerben. Dieses Wissen vermittelt Ihnen dieses Tages-Seminar. Denn das Wissen über die richtige Vorgehensweise ist entscheidend für den Erfolg.

Das Ziel

Im Rahmen des Seminars erhalten Sie einen Überblick über den Stiftungsmarkt, wie er tickt und lernen die professionelle Vorgehensweise im Stiftungs-Fundraising kennen. Aufgrund der gezeigten Fallbeispiele und konkreten Übungen sind Sie nach dem Seminar in der Lage, für Ihre Organisation das Stiftungs-Fundraising verantwortlich auf- oder auszubauen. Auch können Sie die Mitarbeiter nach Abschluss des Seminars methodisch entsprechend anleiten und Ihre bisherige Arbeitsweise im Stiftungs-Fundraising bewerten.

Die Zielgruppe

- Geschäftsführerinnen und Vordstände (haupt- und ehrenamtliche) sowie Mitarbeiterinnen im Fundraising und der Öffentlichkeitsarbeit, sowie Projektmanager,
- die kompakt aktuelles Wissen über Stiftungs-Fundraising vermittelt bekommen wollen, um die Chancen dieses lukrativen Instruments für sich zu nutzen.

NPO-Akademie/Hütter MC Management Consulting Deutschland GmbH
Friedrichstrasse 171, 10117 Berlin
Tel: +49 (0) 30 920 383 9994, E-Mail: office@npo-akademie.de, www.npo-akademie.de

Ihr Nutzen – Warum Sie teilnehmen sollten?

- Sie erhalten einen Überblick über den Stiftungs-Markt und lernen, wie Sie effizient nach Stiftungen, die zu Ihnen passen, suchen können.
- Sie lernen die Sicht der Stiftungen kennen und können Fettnäpfchen und NoGos sicher vermeiden.
- Sie erhalten die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch mit Kolleginnen anderer NPOs und Ihren Stiftungs-Erfahrungen.
- Sie werden danach erfolgreiche Stiftungs-Anträge schreiben.

Inhalt

- Rechtliche Grundlagen über Stiftungen
- Der Stiftungs-Markt im Überblick
- So sieht der (Antrags-)Alltag bei Stiftungen aus
- Typische Fehler, die Sie vermeiden sollten
- So geht's besser: Tipps, Tricks, Beispiele
- Realistische Ziele und Timing
- Sandwich-Prinzip: die mehrstufige Ansprache
- Übungen: Mein Antrag auf dem Prüfstand
- Kollegialer Austausch und Diskussion

Ihr Trainer/Dozent:

Tom Neukirchen (Jahrgang 68) ist seit 15 Jahren als Fundraising-Berater tätig und baute zwei Fundraising-Agenturen auf. Derzeit ist er als Prokurist bei der GFS, einer der größten Fundraising-Agenturen Deutschlands, tätig.

Organisationen wie amnesty, unicef, Brot für die Welt, ADVENIAT, Greenpeace, Hochschulen, Krankenhäuser und andere mehr berät er im Aufbau und in der Umsetzung verschiedenster Fundraising-Aktivitäten.

Seine Schwerpunkte sind Marktforschung und Fundraising-Instrumente mit einem hohen Return on Investment. Dazu gehört auch systematisches Stiftungs-Fundraising.

Tom Neukirchen leitet häufig Workshops für leitende Mitarbeiter, ist Hochschul-Dozent und vielfacher Gastredner bei Kongressen, u.a. dem Dt. Stiftungstag, und Fach-Tagungen.

Methodik

- Input: der Stiftungsmarkt und wie er tickt.
- Was Sie über Stiftungen wissen sollten.
- Gemeinsame Analyse von Fallbeispielen
- Übung: Ansprache nach Sandwich-Methode
- Diskussion und Erfahrungsaustausch

Veranstaltungsort & Teilnahmebestätigung

Das Seminar findet am 13.05.2014 in Köln statt. Unterrichtszeit ist von 10.00-16.00 Uhr.

Die Teilnehmerinnen erhalten eine Teilnahmebestätigung über den Besuch des Seminars

Teilnahmebeitrag

€ 340,- exkl. 19% USt. (€ 404,6 inkl. USt.) je Teilnehmerin; für jede weitere Teilnehmerin eines Unternehmens erhält dieses einen Rabatt von 10%. Der Teilnahmebeitrag inkludiert die Dokumentation und Erfrischungsgetränke.

Bildungsförderungen

Verschiedene Institutionen können dieses Seminar fördern. Wir informieren Sie sehr gerne.

Kontaktieren Sie Dr. Heimit Hütter:
Tel: +49 (0) 30 920 383 9994
Mobil: +49 (0) 174 18 273 66
E-Mail: office@npo-akademie.de

Anmeldung

Die Anmeldungen werden nach Ihrem Eingangsdatum berücksichtigt. Zur Sicherung der Qualität gibt es nur eine beschränkte TeilnehmerInnenzahl.

Anmeldeabschluss ist zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn.

Bei weiteren Fragen kontaktieren Sie bitte:
Dr. Heimit Hütter
Tel: +49 (0) 30 920 383 9994
Mobil: +49 (0) 174 18 273 66
E-Mail: office@npo-akademie.de

NPO-Akademie/Hütter MC Management Consulting Deutschland GmbH
Friedrichstrasse 171, 10117 Berlin
Tel: +49 (0) 30 920 383 9994, E-Mail: office@npo-akademie.de, www.npo-akademie.de

Handreichung zum Workshop "Erstellung von Projektanträgen im interkulturellen, kulturellen, entwicklungspolitischen und sportlichen Bereich"³

http://www.mecklenburg-vorpommern.netzwerk-iq.de/fileadmin/redaktion_mecklenburg-vorpommern/Dokumente/130928_FABRO_Workshop_Handreichung.pdf

Beispiel

Förderprogramm	Welcher Bereich wird gefördert?	Welche Schwerpunkte werden gefördert?	max. Förder-gelder	Wie wird finanziert?	Antragsfris-ten	Beson-der-heiten	Kontakt/ Ansprech-partner
Landeszentrale für politische Bildung MV	politische Bildung	Maßnahmen zur politische Jugendbildung (z.B. Schulungen); Gleichstellungspolitik, Ökologie, Studienreisen; landeskundliche Kenntnisse, Maßnahmen zur Qualifizierung von Mittlern politischer Bildung	keine Angabe	50% Eigenbeteiligung, im Ausnahmefall 20%, i.d.R. Anteilsfinanzierung, Festbeitragsfinanz. ist Ausnahme	Antragsabgabe vier Wochen vor Maßnahmebeginn, spätestens bis 31. August jeden Jahres	TN müssen aus M-V sein,	Heinrich Christian Kuhn; LpB MV Tel: 0385 - 3020910 Fax: 0385 - 3020922, poststelle@lpb.mv-regierung.de

Möglichkeit der weiteren Einteilung

zum Beispiel Sparkassenstiftung Mecklenburg-Schwerin:

Kunst Kultur Heimatkunde Sport Denkmalpflege Kinder- und Jugendförderung Umwelt und Natur

Es fehlt aber die Integration und Migration

Kunst	Kultur	Heimatkunde	Sport	Denkmalpflege	Ki-/Ju-Förderung	Umwelt/Natur
					Projekträgergemeinschaft SCHULE plus c/o RAA Mecklenburg-Vorpommern e.V.	Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung (NUE)
					Landeszentrale für politische Bildung MV	Landesamt für Umwelt, Natur und Geologie (LUNG)
					Fonds Soziokultur für junge Kulturinitiativen	
OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung	OSPA-Stiftung
	Robert Bosch Stiftung				Robert Bosch Stiftung	
	Aktion Mensch				Aktion Mensch	Aktion Mensch
					Stiftung Nord-Süd-Brücken	
					Engagement Global	
Ministerium für Bildung, Wissenschaft	Ministerium für Bildung, Wissenschaft				Landesamt für Gesundheit und Soziales	

³ Autorin: Antje Schneider, <http://www.mecklenburg-vorpommern.netzwerk-iq.de/1279.html>

Kunst	Kultur	Heimatkunde	Sport	Denkmalpflege	Ki-/Ju-Förderung	Umwelt/Natur
und Kultur Mecklenburg-Vorpommern	und Kultur Mecklenburg-Vorpommern					
	Kulturstiftung des Bundes				Deutsches Kinderhilfswerk	
Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt	Verfügungsfonds Soziale Stadt
					Amadeu Antonio Stiftung	Veolia Stiftung
					F.C. Flick Stiftung	
					Liz Mohn Stiftung	
					Stiftung Neues Forum	
	Hanseatische Bürgerstiftung Rostock		Hanseatische Bürgerstiftung Rostock	Hanseatische Bürgerstiftung Rostock	Hanseatische Bürgerstiftung Rostock	Hanseatische Bürgerstiftung Rostock
PwC-Stiftung	PwC-Stiftung				PwC-Stiftung	
			Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern Bereich Sportförderung		ANNE FRANK FONDS	
					BAMF (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge) / Förderjahr 2014	

Kontaktdaten:

Wolfgang Brasch

Dozent in der Erwachsenenbildung
 Ferdinand-Schultz-Straße 16
 19055 Schwerin
 Mobil: 0152-25795044
 Büro: 0385-47935447
 e-mail: brawo.education@gmx.de

Wolfgang Brasch
 Dozent in der Erwachsenenbildung

Das Netzwerk IQ wird gefördert durch:



Netzwerk „Integration durch Qualifizierung IQ“



www.mecklenburg-vorpommern.netzwerk-iq.de
www.netzwerk-iq.de