

# Arbeitshilfe zur Mittelakquise



Weitere Infos auf  
[www.senioren-ahlen.de](http://www.senioren-ahlen.de)

Gefördert von  
 Sparkasse  
Münsterland Ost

Diese Arbeitshilfe richtet sich an ehrenamtlich Engagierte in den Seniorenbüros, Seniorenbegegnungsstätten und Freiwilligenagenturen, aber auch an diejenigen, die an einem Ehrenamt in der offenen Seniorenarbeit interessiert sind.

Die Broschüre ist in einer Reihe mit vielen anderen Arbeitshilfen entstanden, die einen praxisnahen Überblick über verschiedene wichtige Themen geben. Erschienen sind:

- Arbeitshilfe zum Erzählcafé
- Arbeitshilfe zum Gedächtnistraining
- Arbeitshilfe zum Markt der Möglichkeiten
- Arbeitshilfe zum Projekt „Vorlese-Omas und -Opas“
- Arbeitshilfe zur Freiwilligenarbeit und zum Ehrenamt
- Arbeitshilfe zur Öffentlichkeitsarbeit
- Arbeitshilfe zur Vernetzung
- Arbeitshilfe zur Gruppengestaltung
- Arbeitshilfe zur Mittelakquise
- Ideensammlung für Projekte und Gruppenstunden

Zudem wurden ergänzend viele praktische Checklisten entwickelt.

Sie finden diese Materialien auch im Internet unter

**[www.senioren-ahlen.de](http://www.senioren-ahlen.de)**

Wir freuen uns, wenn Sie in unseren Arbeitshilfen und Checklisten Tipps und Anregungen für Ihre eigenen Projekte finden.

Ihr Team vom Seniorenbüro Ahlen

Diese Arbeitshilfen wurden im Rahmen des Projektes

**lernlabor Ahlen - Ehrenamtliche verändern Seniorenbegegnungsstätten** entwickelt, das vom Ministerium für Generati-

Ahlen, März 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Arbeit von und mit SeniorInnen hat in den letzten Jahren einen großen Ideenreichtum, sehr viel Eigeninitiative und ein hohes Maß an bürgerschaftlichem Engagement hervorgebracht.

Der Wunsch, die Freizeit selbstbestimmt und sinnvoll zu gestalten, findet seinen Ausdruck in Projekten und Initiativen, die verschiedene Ziele verfolgen und sich in unterschiedlichen Feldern unseres Gemeinwesens einbringen. Dieses Engagement in sozialen, kulturellen und politischen Bereichen macht unsere Gesellschaft bunter und lebendiger und bereichert das Leben aller Beteiligten.

Das besondere Selbstverständnis der Aktiven zeigt sich u.a. in der Fähigkeit, andere Menschen durch ihre gute Arbeit zu überzeugen und sie als MitstreiterInnen und FörderInnen zu gewinnen. Heute gehört aber auch die Findigkeit, immer wieder neue Finanztöpfe aufzutun, zu der Arbeit der Verantwortlichen in der Seniorenarbeit. Ihnen soll diese Arbeitshilfe eine Hilfestellung bei der Akquise von Geld- und Sachmitteln bieten.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!



Benedikt Ruhmüller  
Bürgermeister

<b>1. Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2. Möglichkeiten, Geld einzuwerben</b> „Ohne Moos nichts los...!“	<b>5</b>
2.1 Sponsoring	5
2.2 Wettbewerbe	6
2.3 Fundraising und Spenden	6
2.4 Projekt – und Modellförderung	7
2.5 Stiftungen	7
2.5.1 Modellprojektförderung	8
2.5.2 Stiftungen	8
2.5.3 Die Europäische Union (EU)	8
<b>3. Unsere Stärken zeigen und unser Profil schärfen</b> „Geben Sie uns Ihr Geld - wir sind es wert!“	<b>9</b>
<b>4. Aktionsplan aufstellen</b>	<b>10</b>
<b>5. Von der Projektidee zum Finanzierungszuschlag</b>	<b>11</b>
5.1 Perspektivwechsel - Was interessiert den Fördergeber?	11
5.2 Vorbereitung auf Finanzierungsgespräche	12
5.3 Von der Idee zum Antrag	13
<b>6. Verwendungsnachweis</b>	<b>15</b>
<b>7. Wo kann ich mich informieren?</b> - Am besten im Internet!	<b>15</b>
<b>Impressum</b>	<b>18</b>

### 1. Einleitung

Sie sind ein tolles Team mit einer großartigen Idee und gerade auf dem Weg, diese erfolgreich in die Tat umzusetzen. Dabei stellen Sie sich unter anderem auch die Frage, wie hoch Ihre Ausgaben werden und wie Sie diese decken können? Wenn hierfür die Einnahmen durch Eintrittsgelder und Eigenmittel der Gruppe oder des Trägers nicht ausreichen, gilt es nach weiteren Wegen der Finanzierung Ihres Vorhabens Ausschau zu halten.

Eine solide Finanzierung ist eine zentrale Grundlage für die gelingende und erfolgreiche Verwirklichung Ihres Projektes. Einerseits werden so „Steine aus dem Weg“ geräumt und andererseits können sich auch neue Möglichkeiten auftun, um Ihre Projektidee zu erweitern oder noch wirkungsvoller durchzuführen.

Haben Sie sich für die Mittelakquise entschieden, dann werden Sie aktiv, um Geld und andere Mittel für die eigene Sache ein zu werben. Jetzt gilt es zunächst einige Fragen zu klären. Wie wollen Sie an Mittel gelangen? Wen können Sie ansprechen und wo können Sie sich erkundigen? Wer vergibt überhaupt Gelder und was wird im Gegenzug von Ihnen erwartet?

Diese Arbeitshilfe soll Ihnen ein kleiner Wegweiser sein.



### **2. Möglichkeiten, Geld einzuwerben** **„Ohne Moos nichts los...!“**

Zunächst stellen wir Ihnen hier einige Wege der Mittelakquise, d.h. des Einwerbens von Geld vor. Es kann aber auch Mischungen dieser Möglichkeiten geben. Kontaktadressen finden Sie im Anhang.



#### **2.1 Sponsoring**

Durch ein Sponsoring erhalten Sie von einem Unternehmen einen bestimmten Geldbetrag, für den Sie im Gegenzug Leistungen erbringen. Anders als bei Spenden ist die Zahlung hier niemals ein Selbstzweck. Immer gibt es auch Erwartungen des Unternehmens an Sie. Leistungen und Gegenleistungen werden vertraglich vereinbart.

Firmen nutzen ein Sponsoring, um für sich selbst zu werben oder um eine Verbesserung ihres Images zu erreichen. Als Gegenleistung zum Sponsoring wird von Ihnen in der Regel erwartet, dass Sie für das Unternehmen in Ihrer eigenen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit werben, z.B. den Namen und das Logo des Sponsors auf eigene Flyer und Plakate drucken.

Wichtig: Stellen Sie sich vorab die Frage, ob Sie oder ihre Projekte mit dem Image des Unternehmens in Verbindung gebracht werden sollen? So ist z.B. eine Videothek für das Sponsoring eines Vorlese-Wettbewerbs ungeeignet.

Es ist also wichtig, dass Sie sich fragen:

- Wollen Sie überhaupt einen Sponsor einbeziehen?
- Aus welchem Bereich könnte er kommen?
- Besteht bei dem Personenkreis, den Sie erreichen möchten, ein positives Bild von diesem Sponsor? Möchten Sie mit dem Image des Sponsors in Verbindung gebracht werden?

- Welche Leistungen können Sie anbieten und wie können Sie diese von Ihren anderen Angeboten abgrenzen?
- Welchen Wert haben Ihre Leistungen einzeln und als Paket? Wie können Sie den Preis bestimmen?

Um diese Fragen zu beantworten, kann es sinnvoll sein, die Beratung einer/s Hauptamtlichen oder des Trägers Ihrer Einrichtung oder Gruppe in Anspruch zu nehmen. Zudem ist es vielleicht erforderlich, eine Genehmigung des Trägers einzuholen. Im Gespräch mit dem Sponsor lassen sich weitere Einzelheiten klären, z.B. ob der Sponsor zusätzliche Sponsoren erlaubt oder ausschließen möchte.

### **2.2 Wettbewerbe**

Wettbewerbe sind gerade auch für kleinere Initiativen eine große Chance. Die Veranstalter von Wettbewerben möchten gute Arbeitsansätze und Ideen prämiieren und bekannt machen, um somit für deren Verbreitung zu sorgen. Oft werden in Wettbewerben auch Preisgelder vergeben.

### **2.3 Fundraising und Spenden**

Eine einfache und häufig genutzte Methode, um Mittel zu werben, ist das so genannte Fundraising. Übersetzt aus dem englischen bedeutet „Fund“ Kapital und „to raise“ beschaffen. Hiermit ist also gemeint, Geld, Sachmittel und auch persönlichen Einsatz und Hilfeleistungen für die eigene Sache einzuwerben. Fundraising wird oft von gemeinnützigen Organisationen genutzt, indem sie zum Beispiel Straßenverkäufe, Basare oder einen Tag der offenen Tür veranstalten, Geld- und Sachspenden sammeln, Waffeln verkaufen oder eine Sammelbüchse einsetzen. Es gibt zweckgebundene Spenden, die nur für ein zuvor benanntes Ziel eingesetzt werden können. Oftmals möchten die Menschen gerne wissen, was genau mit ihrer Spende gemacht wird.

Ihre entstehenden Druckkosten für die Öffentlichkeitsarbeit lassen sich verringern, wenn Sie Plakate, Broschüren und Falzettel auch als Fläche für Werbung verwenden, oder Inserate einsetzen, für die Sie Geld bekommen.

### **2.4 Zuschüsse**

Immer seltener, aber manchmal möglich, ist die Unterstützung Ihrer Einrichtung durch Zuschüsse z.B. von der Stadt. Hier müssen Sie zunächst eine starke Überzeugungsarbeit leisten und Ihre Arbeit und deren Bedeutung sehr deutlich machen. Später legen Sie für die Prüfung der Verwendung der Mittel einen Nachweis vor.

### **2.5 Förderung**

Förderungen werden von Landes- und Bundesministerien, der Europäischen Union oder Verbänden mit dem Ziel gewährt, soziale Neuerungen und innovative Bewegungen anzustoßen. Der Fördergeber möchte selbst etwas von den Projekten lernen, daher gibt es oftmals wissenschaftliche Begleituntersuchungen, die die Wirkung des Arbeitsansatzes beobachten. Es kann z.B. um die Weiterentwicklung der Pflege gehen oder um neue Ideen in der Seniorenarbeit.

Modellförderungen werden in der Regel nur für begrenzte Zeiträume vergeben. Bedenken Sie die zeitliche Begrenzung deshalb schon bei Ihrer Planung und beim Erstellen Ihrer Bewerbung. Bei Modellförderungen und Modellprojekten steht der Aspekt des Lernens besonders im Vordergrund. Sind die Projekte erfolgreich, dann sollen sie oft auch in anderen Städten umgesetzt werden.



### **2.5.1 Modellprojektförderung**

In der Ausschreibung zu einem Modellprogramm beschreibt der Fördergeber genau, welche Ziele in dem Pilotprojekt verfolgt werden sollen. Sie legen in einer Konzeption dar, wie Sie diese Ziele erreichen wollen. Für die Bewerbung gibt es Formulare, in die Sie Ihre Konzeptidee und die Kostenplanung eintragen. In der Regel übernimmt der Träger des Projektes 20% der Gesamtkosten selbst.

Den Zuschlag bekommt man in Form eines Förderbescheides, in dem auch steht, wie das Projekt abgewickelt wird und was man bei der Verwendung der Mittel beachten muss.

### **2.5.2 Stiftungen**

Wenn Sie Mittel von einer Stiftung erhalten möchten, ist es wichtig, sich über Folgendes zu informieren:

- Stiftungen sind an einen Stiftungszweck gebunden. Passt Ihre Idee dazu?
- Können Sie direkt einen Antrag stellen? Dies ist nämlich nur bei etwa der Hälfte aller deutschen Stiftungen der Fall. Über wen können Sie sonst an die Stiftung herantreten?
- Gibt es Fristen oder Vorgaben, an die Sie sich halten müssen? Dies können Sie auch telefonisch bei den Stiftungen erfragen. Stiftungen leisten oftmals auch Anschub-Finanzierungen.

### **2.5.3 Die Europäische Union (EU)**

Auch kleinere Organisationen, die nicht an eine Regierung gebunden sind, haben die Chance, von der EU gefördert zu werden. Ein Teil der EU-Förderprogramme wird über nationale Service-Organisationen vergeben, an die auf direktem Weg Anträge gestellt werden können. Ein anderer Teil wird über den Weg von Stipendien, Wettbewerben und Programmen ausgeschrieben und so mit bestimmten Themen verbunden.

## Unsere Stärken zeigen und unser Profil schärfen

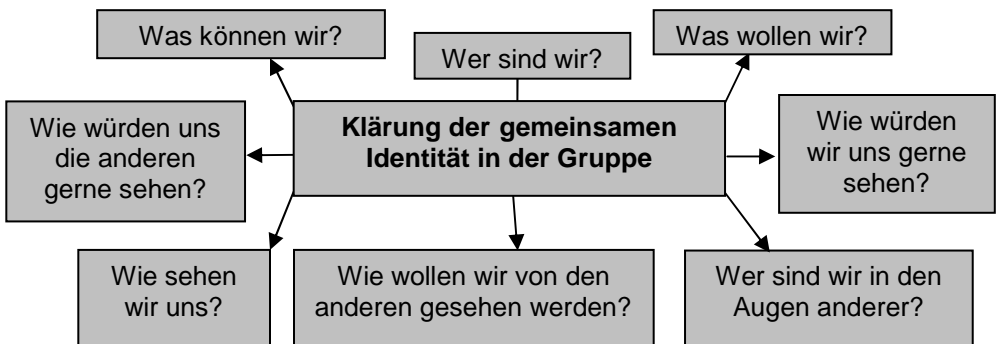
---

Wollen Sie von der Europäischen Union Mittel erhalten, dann müssen Sie beachten, dass der Verwaltungsaufwand der Beantragung und der Abrechnung sehr hoch ist. Deshalb kann es einfacher sein, sich KooperationspartnerInnen zu suchen und evtl. über eine zentrale Stelle, wie einen Wohlfahrtsverband oder mit der Kommune zusammenzuarbeiten. Oftmals sind internationale Partner/innen erforderlich.

### 3. Unsere Stärken zeigen und unser Profil schärfen „Geben Sie uns Ihr Geld – wir sind es wert!“

Wenn Sie von jemandem Geld bekommen möchten, so müssen Sie zeigen, wer Sie sind und was Sie mit dem Geld machen werden. Der Geldgeber muss wissen, warum und wofür er gerade Ihnen seine Mittel geben soll.

Haben Sie sich als Gruppe bereits gefunden, eine eindeutige Aufgabe und lange Tradition - dann fällt es Ihnen leicht, die unten stehenden Fragen zu beantworten. Vielleicht ist aber auch wichtig, dass Sie sich erst als Gruppe finden, um Ihre Stärken und Ihr Profil deutlich machen zu können. Die Fragen können Sie dann gut nutzen, um ein gemeinsames Selbstverständnis der Gruppe zu entwickeln, in dem Sie sich alle wieder erkennen und das Sie auch selbstbewusst nach außen tragen können.



(Diagramm vgl. Herbst (2006, S. 19): Corporate Identity)

Was macht Ihre Gruppe aus und wie unterscheidet Sie sich von anderen Gruppen? Hier geht es nicht allein um sachliche Fakten, sondern auch um Gefühle, wie Vertrauen und Sympathie. Um als Gruppe ein Wir-Gefühl zu vermitteln, benötigen Sie eine gemeinsame Identität, die sich nach außen darstellen lässt.

Um Ihre Gemeinsamkeiten und Ihr Profil auch in die Öffentlichkeit zu tragen und in Anträgen zu Förderungen usw. zu nutzen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Dazu gehören ein piffiger Name oder ein knackiges Motto, wie auch ein gemeinsames Erscheinungsbild aller Veröffentlichungen und ein Logo.

Ihre Leitidee zeigt Ihr Wir-Gefühl, ihre Identität und Ihre gemeinsamen Zielvorstellungen auf. Hier wird deutlich, welchen Wert die Teilnahme an Ihrer Gruppe oder Ihrem Projekt hat und welchen Nutzen Sie damit nach außen, in die Gesellschaft tragen.

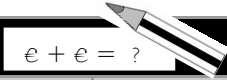
Ein kurzes, ansprechendes Motto, das man sich gut merken kann, trägt auch zu Ihrem Wiedererkennungswert bei. Der Name, das Motto und auch das Logo stellen Ihr „Aushängeschild“ dar. Sie haben eine Wirkung auf die Öffentlichkeit. „Die Aktion ‚Spiel Dich gesund‘ klingt auch für Geldgeber attraktiver als ‚Genesungshilfe durch Spielmittel für bettlägerige Kleinkinder im Rahmen der Krankenhausfürsorge‘.“\* Die starke Außendarstellung verhindert zudem, dass Sie in der allgemeinen Informationsflut untergehen.

\*[www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de) (aus: Praxishilfe Fundraising, Stand: 14.02.2010)

## 4. Aktionsplan aufstellen

Stehen Ihre Ziele und Umsetzungsschritte fest, so können Sie auch alle anderen Fragen beantworten (Honorarkosten, z.B. für ReferentInnen, Sachmittel wie Druckkosten für Plakate...). Dazu können sie einen Aktionsplan nutzen. Bevor Sie mit der Mittelakquise beginnen, stellen Sie das Konzept zu Ihrer Idee und einen Aktionsplan auf.

Aktionsplan zur Erreichung des Ziels XY						
Was wird gemacht?	Wie und auf welche Weise?	Wer mit wem?	Wann?	Wo?	Wie teuer ist es?	Woher kommen die Mittel?
1.Schritt						
2.Schritt						
...						



(Aktionsplan vgl. [www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de))

## 5. Von der Projektidee bis zum Finanzierungszuschlag

### 5.1 Perspektivwechsel - Was interessiert den Fördergeber?

Bei der Mittelakquise ist es sehr hilfreich, wenn man sich auch einmal auf einen Perspektivwechsel einlässt. Welche Interessen, zu denen Ihr Anliegen passen sollte, haben Ihre potentiellen Fördergeber? Dazu gehören in der Regel:

- Förderinteressen zu bestimmten Themen oder Zielgruppen (z.B. demographischer Wandel, Menschen mit Zuwanderungsgeschichte),
- innovative Veränderungen zum Guten herbeiführen,
- aktuelle Entwicklungen aufgreifen und zeitgemäße Lösungen zeigen,
- viele Menschen erreichen und beteiligen,
- Nachhaltigkeit - Verstetigung,
- zeitliche Begrenzung, kaum institutionelle, dauerhafte Förderung, sondern Projekte mit klarem Anfang und Ende,
- Erfolgreiche Umsetzung der Projektidee - gutes Image,

- u.U. wissenschaftliche fundierte Erkenntnisse,
- u.U. ausschließlich spezifische Zielgruppen bedienen.

## 5.2 Vorbereitung auf Finanzierungsgespräche

Dieser Perspektivwechsel dient zugleich der Vorbereitung auf mögliche Finanzierungsgespräche. Auch hier gibt es vorher einige Überlegungen anzustellen:

- a) Unsere Gruppe/Einrichtung/Idee: Wie werden wir für Geldgeber attraktiv? Warum sollten gerade wir das Geld bekommen? Was unterscheidet uns von anderen? Was hat der Fördergeber davon, uns seinen Zuschlag zu geben?
- b) Gegenstand der Förderung: Was wollen wir finanzieren? Wofür wollen wir Geld? Geht es um die Finanzierung eines bestehenden Projektes oder ein Neues? Wie viel benötigen wir und für was?
- c) Finanzierungsquelle: Wer könnte uns Geld geben? Wollen wir Interessen/Vorgaben des Fördergebers in die Projektentwicklung einbeziehen? (z.B. besonderes Erkenntnisinteresse bei Forschungsprojekten, Image-transfer bei Sponsoring...)



### **5.3 Von der Idee zum Antrag**

Zu einem schriftlichen Projektantrag gehören meist, sofern der Geldgeber nicht andere Vorgaben macht bzw. eigene Formulare vorhält, eine Projektbeschreibung, ein Kosten-/Finanzierungsplan und Kontaktdaten (vgl. Forum Seniorenarbeit 07/2005 „Das liebe Geld“).

#### **Projektbeschreibung:**

Die Projektbeschreibung sollte die wichtigsten Ideen und Inhalte möglichst kurz, prägnant und inhaltlich gegliedert auf ca. 3 bis höchstens 5 Seiten auführen. Falls umfangreichere Projektbeschreibungen, z.B. Flyer oder Broschüren vorliegen, können diese auch dazu gelegt werden.

Die Projektbeschreibung sollte die folgenden Punkte umfassen:

- Angaben zum/r AntragstellerIn (Daten, Fakten zur Größe, Angeboten usw.)
- Begründung des Projektes (Bedarf, Zielgruppe, neues Angebot usw.)
- Konzeptionelle Beschreibung des Projektes, insbesondere dem zukunftsweisenden Modellcharakter der Maßnahme und zu der Zielgruppe. Hier ist auch die Aussicht auf den zu erwartenden Erfolg, voraussichtliche Ergebnisse und Wirkungen des Projektes wichtig.
- Zeitplan, in dem die vorgesehene Projektdauer angegeben wird und aus dem zu sehen ist, ob es sich um eine kurz-, mittel- oder langfristige Förderung handeln soll. Zudem sollten einige zeitliche Meilensteine (Wann wollen wir was tun bzw. erreicht haben?) angegeben sein.

#### **Kosten-/Finanzierungsplan:**

Hier sollten die Gesamtkosten möglichst detailliert aufgeschlüsselt sein. Gegebenenfalls kann man Angebote mit Kostenvor-

## ...zum Finanzierungszuschlag

---

anschlägen beilegen. Eindeutig sollten die Einnahmen von Dritten, die Eigenbeteiligung und der Zuschussbedarf beziffert werden, auch wenn es sich um geschätzte Werte handelt. Bei Modellprojekten, die im positiven Verlauf auch darüber hinaus weiter existieren sollen, muss die angedachte Nachfolgefianzierung offen gelegt werden.

Die wichtigsten Bausteine des Finanzierungsplans:

- Darstellung der Kostenarten,
- Aussagen über die Antragssumme,
- Überblick über andere Finanzierungselemente.

Dieser Beispielkostenplan zeigt die verschiedenen Kostenarten, die zu berücksichtigen sind:

Ausgabenart	Betrag in Euro											
	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Personal-kosten												
Honorarmittel												
Bürobedarf												
Miete												
Öffentlichkeits-arbeit												
Investitionsbe-schaffungen												
Sonstiges												
Gesamt												

### **AnsprechpartnerIn:**

Es sollte unbedingt eine Kontaktperson mit Name, Funktion, Adresse, Telefon- und Faxverbindung sowie E-Mail-Adresse genannt werden, damit Rückfragen zielgerichtet gestellt werden können.

## 6. Verwendungsnachweis

Hat man eine Förderung erhalten, so ist nun der Verwendungsnachweis eine wichtige Aufgabe. Er besteht aus einer Abrechnung mit der Auflistung aller Einnahmen und Ausgaben und einem Sachbericht über den Verlauf der Arbeit.

Meist ist die Art der Berichterstattung festgelegt. Es ist ratsam, die Vorgaben am Anfang der Förderung genau anzuschauen, weil zu dieser Zeit noch Änderungen in den Bedingungen verhandelbar sein können und man Fehler vermeiden kann. Nur wenn die Abrechnung genau und korrekt vorgenommen wird, besteht die Chance, noch einmal eine Förderung von der gleichen Stelle zu bekommen.

## 7. Wo kann ich mich informieren?

**- Am besten im Internet!**

### **[www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de)**

→ Um sich über verschiedene Einrichtungen und Verbände zu informieren, die mit SeniorInnen arbeiten und z.T. auch Wettbewerbe ausschreiben, klicken Sie auf der Internetseite in der oberen Leiste auf die „Akteure“ und wählen dann in der Liste „Leben im Alter“ aus.

→ Um sich über neue Wettbewerbe zu informieren, klicken Sie in der oberen Leiste auf „Aktuelles“ und wählen dann in der Liste die „Wettbewerbe und Förderpreise“ aus.

### **[www.forum-seniorenarbeit.de](http://www.forum-seniorenarbeit.de)**

→ Die Homepage behandelt anhand von verschiedenen Schwerpunktsetzungen Themen rund um die Seniorenarbeit. Unter „Seniorenarbeit in NRW“ finden Sie auch Fördermöglichkeiten.



## **Mögliche Finanzquellen und Geldgeber:**

- **Aktion Mensch - [www.diegesellschaft.de](http://www.diegesellschaft.de)**  
Gefördert werden freie gemeinnützige Organisationen aus dem sozialen Bereich mit Sitz in Deutschland, die neue Projekte machen, in denen sich Menschen für Andere engagieren. Fördersumme: max. 4000 Euro. Förderzeitraum: max. 1 Jahr. Antragstellung online.
- **Sponsoren**, wie Finanzdienstleister, örtliche Unternehmen
- **Wettbewerbe**, zu finden z.B. unter:  
[www.engagiert.in.nrw.de](http://www.engagiert.in.nrw.de), Stichwort „Wettbewerbe“,  
„Wettbewerbe zum bürgerschaftlichen Engagement“.
- **Förderprogramm der Ministerien**, z.B. „Aktiv im Alter“
- **Stiftungen (eine Auswahl...):**

### **Kuratorium Deutsche Altershilfe**

Wilhelmine-Lübke-Stiftung e.V.  
An der Pauluskirche 3  
50677 Köln  
Tel.: 0221/ 931847- 0

### **Stiftung Gemeinsames Handeln**

Paritätischer Stifterverbund NRW  
Loher Str. 7  
42283 Wuppertal  
Tel.: 0202/ 2822340

### **Johanna und Fritz Buch Gedächtnis-Stiftung**

Kleine Johannisstr. 2-4  
20457 Hamburg  
Tel.: 040/ 362001

**Stiftung deutsches Hilfswerk**

Harvesterhuder Weg 88  
20149 Hamburg  
Tel.: 040/ 414104 – 0

**Stiftung Wohlfahrtspflege**

Horionplatz 10  
40213 Düsseldorf  
Tel.: 0211/ 8618-50

**Robert Bosch Stiftung GmbH**

Heidehofstr. 31  
70184 Stuttgart  
Tel.: 0711 46084-0

**www.stiftungen.org**

→ Um auch kleinere, z.T. lokale Stiftungen zu verschiedenen Zwecken zu finden, klicken Sie in der linken Leiste auf „Service“ und wählen Sie anschließend die „Stiftungssuche“.

**Sponsoring:**

Bischof, Roland: „Wie Profis Sponsoren gewinnen - Basiswissen und Leitfaden für Praktiker“; Göttingen: Business Village, 2004.

→ Hier wird genauer erklärt, wie ein Sponsoring funktioniert, was man wo beachtet und wie genau man vorgeht...

**www.europa.nrw.de oder www.nrwbank.de**

→ Hier können Sie sich über die „EU-Programme für Kommunen - EU-Förderung 2007-2013“ informieren oder diese kostenfrei als Broschüre unter der 0211/837-1399, bei der Pressestelle des Ministers für Europaangelegenheiten oder über E-Mail: [Beratungcenter\\_ausland@nrwbank.de](mailto:Beratungcenter_ausland@nrwbank.de) beziehen.

Bilder: [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

**Herausgeber und Projektträger**

Stand: März 2010

Alter und Soziales e.V.

Der Vorstand

Wilhelmstr. 5

59227 Ahlen

Geschäftsführerin:

Dipl.-Pädagogin Ursula Woltering

Westenmauer 10

59227 Ahlen

Tel.: 02382 / 59467

E-Mail: [wolteringu@stadt.ahlen.de](mailto:wolteringu@stadt.ahlen.de)

**Kontakt**

Seniorenbüro Ahlen

Dipl.-Pädagogin Ursula Woltering

Wilhelmstr. 5

59227 Ahlen

Tel.: 02382 / 4090

E-Mail: [info@senioren-ahlen.de](mailto:info@senioren-ahlen.de)

[www.senioren-ahlen.de](http://www.senioren-ahlen.de)

**Danksagung**

Für die redaktionelle Bearbeitung dieser Broschüre danken wir Maike Lymann, Anika Lebek, Ramona Przybylsky und Gesa Bertels. Für das Korrekturlesen bedanken wir uns ganz herzlich bei den Ehrenamtlichen aus Ahlen Else Sewing, Monika Röhr, Maria Huse und bei Brigitte Wieland von der Familienbildungsstätte Ahlen.

**© Copyright**

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art der Verwendung oder Vervielfältigung, die nicht ausschließlich dem Selbststudium dient, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.

# STADT AHLEN

Die Stadt Ahlen setzt mit der Leitstelle „Älter werden in Ahlen“ eine kreative und zukunftsweisende Sozialplanung für ältere Menschen um. Der demographische Wandel ist für die Stadt Ahlen ein sozialpolitisches Schwerpunktthema.



Alter und Soziales e.V.

In dem Verein „Alter und Soziales e.V.“ arbeiten die Träger der Sozial-, Gesundheits- und Pflegeangebote in Ahlen gemeinsam an der Weiterentwicklung der Seniorenarbeit. Der Verein ist Träger des Seniorenbüros Ahlen und weiterer intergenerativer sozialer Projekte verschiedener Fördergeber.

## **lernlabor Ah-**



Das Landesmodellprojekt „LernLabor Ahlen“ unterstützte 126 Ehrenamtliche dabei, zukunftssträchtige Konzepte für ihre Seniorenbegegnungsstätten zu entwickeln. Von 2006-09 wurden 13 Städte begleitet und die vorliegenden Arbeitshilfen entwickelt.

## **S I N N**

Senioren  
In  
Neuen  
Netzwerken

Das Netzwerk „SINN – Senioren in Neuen Netzwerken“ steht für eine innovative Seniorenarbeit in der Stadt Ahlen, die auf intensive und grundlegende Beteiligung von SeniorInnen an der Planung und Durchführung von Angeboten setzt. In dem Netzwerk arbeiten über 150 Initiativen, Gruppen und Projekte zusammen.