



YOU GOT THIS!

Projektentwicklung Schritt für Schritt
Starter Kit 1.

MITWIRKENDE

AUTOR:INNEN

Gizem Gerdan (sie/ihr) ist ausgebildete Sozialwissenschaftlerin mit einem Schwerpunkt auf Migration und Ethnizität. Sie ist Projektmitarbeiterin im Kulturhaus Brotfabrik und ist für die Kommunikation im Haus und mit der Nachbarschaft und den Zielgruppen zuständig. Zudem betreut und koordiniert sie auch EU-Projekte.

Tessa Hart (alle Pronomen oder keine) ist Kulturmacher!n und Kulturwand(l)er!n in Performing Arts, Film und soziokulturellen Bereichen, hat bisher in Berlin, Brüssel und London gelebt und ist derzeit Leitung von AfroPolitan Berlin. Darüber hinaus war und ist Tessa künstlerisch bis vermittelnd und organisatorisch tätig für zahlreiche Performance-, Film- und Kulturprojekte, hat das Bread & Roses Theatre in London mitbegründet und sieben Jahre mitgeleitet, schrieb zudem Theaterstücke, sowie Beiträge für Bücher und Online-Magazine.

COACHES & SUPPORT:

Joana Adesuwa Reiterer (Joadre, sie/ihr) ist eine in Nigeria geborene und in Österreich lebende Sozialunternehmerin, Filmemacherin und Aktivistin gegen Ausbeutung. Ihre Leidenschaft ist es, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) durch Projekte und Coaching-Initiativen zu stärken. Joana ist die Gründerin von Joadre und der Joadre-App für Ideenentwicklung. Joana wurde für ihre Arbeit mit vielen Preisen und Nominierungen ausgezeichnet.

Jemima Miseur (sie/ihr) ist Journalistin, Systemische Coachin und Trainerin. Sie hat sich auf den Bereich Business Coaching für Frauen spezialisiert und betreut diverse Gründungsprojekte. Jemima nutzt kreative, strategische und systemische Methoden, die sich immer am Ausgangsstatus oder „Profil“ der Klient:innen orientieren. Sie möchte die Arbeitswelt von morgen mitgestalten und Teilhabe stärker in den Fokus stellen. Jemima lebt mit ihrer Familie in Berlin.

1. PersönlicheEinstimmung	5
1.1 Warum möchte ich dieses Projekt umsetzen?	5
1.2 Das ideale Ergebnis deines Projektes	5
1.3 Deine Fähigkeiten, Kenntnisse und Stärken	6
2. Weiterentwicklung deiner Idee	7
2.1 Visualisierung des Best Case Szenarios	7
2.2 Formuliere deine Projektidee	7
2.3 Der Wert deines Projekts	7
2.4 Deine Zielgruppe	8
2.5 Projektziele	8
2.6 Ressourcen-Mapping	9
2.7 Arbeitspakete und Projektstrukturplan	9
3. Teamfindung	11
3.1 Rekrutieren: Was, wenn ich noch kein Team habe, aber gerne eins hätte?	11
3.2 Ziele, Visionen & Erwartungen aller Teammitglieder einstimmen	12
3.3 Arbeitsmodelle definieren: Rollen, Arbeitsstile, Entscheidungsprozesse	12
3.3.1 Rollen- und Aufgabenverteilung	12
3.3.2 Entscheidungsprozesse definieren	13
3.4 Kommunikationskultur / Team Culture	13
4. Pitching	14
4.1 Was ist ein Pitch?	14
4.2 Warum überhaupt pitchen?	14
4.3 Also, wie geht "Pitchen"?	14
5. Finanzierung	16
5.1 Einkommensströme	16
5.2 Budgetkalkulation	18
5.3 2-Pager oder 5-Slide-Deck	20
6. 2-Pager oder 5-Slide-Deck	21

EINLEITUNG

You Got This! ist ein mehrmonatiges Projektentwicklungs- und Unterstützungsprogramm, das von AfroPolitan Berlin 2019 konzipiert wurde und im Jahr 2022 in Zusammenarbeit mit dem Kulturhaus Brotfabrik weiter ausgebaut und geschärft wird. Die Starter Kits wurden während der Projektwerkstätten entwickelt, die im Rahmen des Projekts You Got This! durchgeführt wurden. Diese Werkstätten wurden in Berlin und Wien mit der Unterstützung von fünf Coach:innen durchgeführt: Tessa Hart, Joana Adesuwa Reiterer (Joadre), Ceri Samvilian, Jemima Miseur und Itimad Lasfar. In den vergangenen Jahren waren auch Jacqueline Mayen und Pablo Wachter maßgeblich an der Entwicklung dieses Formats beteiligt.

In zwei Starter Kits stellen wir nun die gesammelten Weisheiten, das Wissen, die Methoden und Übungen zur Verfügung, damit sie genutzt, weitergegeben und angepasst werden können. Die Starter Kits sind als nützliche Werkzeuge für die Planung und Durchführung von Projekten für Menschen gedacht, die vielleicht noch nicht viel Erfahrung mit der Umsetzung ihrer eigenen Projekte haben, aber Ideen haben, die sie entwickeln wollen. Das erste Starter Kit enthält Kapitel zu den Themen persönliche Einstimmung, Projektentwicklung, Teambildung und Teamarbeit, Pitching und Finanzierung. Das zweite Starter Kit enthält Kapitel zu den Themen Präsentation, Networking, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Umsetzung sowie Resilienz und Nachhaltigkeit. Zu vielen Kapiteln findest du Übungen und Arbeitsblätter, die dich durch den Prozess der Entwicklung deines eigenen Projekts führen können.

Diese Starter Kits wurden ausschließlich von und spezifisch für Schwarze, Indigene und People of Colour (BI*PoC), Menschen mit Migrationsgeschichte, -hintergrund oder -erfahrung, Personen, die von der Mehrheitsgesellschaft in Europa rassifiziert oder migrantisiert werden, entwickelt. Sie dienen als selbstverständliche Zentrierung unserer Perspektiven mit dem Ziel, sichere, spezifische und relevante Ansätze in Projektentwicklungsprozessen für uns und unsere Realitäten zu schaffen und anzubieten.

Zu den Projekten, die bei der Erstellung dieser Starter Kits unterstützt wurden, gehören zum Beispiel: eine neue Community-Bibliothek mit Schwerpunkt auf Werken von BI*PoC-Autor:innen, ein Projekt zum Erlernen der Ballroom-Kultur für LGBTQ+-Jugendliche in einem sicheren Raum, die Gründung eines queeren BI*PoC-Theaterkollektivs und die Produktion einer Podcast-Serie von und für BI*PoC und Menschen mit Migrationserfahrungen.

Bevor du dich in das Starter Kit vertiefst, möchten wir dir einige allgemeine Tipps geben, wie du die Starter Kits nutzen kannst und wie du an deine Projektentwicklung herangehen kannst.

Die Starter Kits sind in Kapitel unterteilt, die sich auf verschiedene Aspekte der Projektentwicklung, -arbeit und -durchführung konzentrieren. Diese Kapitel stellen eine Art Reihenfolge dar, in der du die Dinge angehen solltest, aber diese Reihenfolge ist nicht in Stein gemeißelt! Du kannst Kapitel überspringen, die für dich nicht relevant sind, oder du lässt sie vorerst aus und kommst später auf sie zurück.

Es ist auch erwähnenswert, dass Projektentwicklung kein linearer, sondern ein zirkulärer Prozess ist. Habe keine Angst davor, auf Dinge zurückzukommen, über die du bereits nachgedacht und die du geplant hast. Dein Projekt ist eine lebendige Sache, die sich mit der Zeit, durch Überlegungen und Umstände verändern kann.

Bleib offen für Veränderungen! Deine Projektidee könnte sich ändern und sich zu etwas entwickeln, das du anfangs nicht erwartet hast - sei offen für diesen Prozess. Das Ändern und Optimieren deiner Idee ist Teil des Prozesses und stellt keinen Rückschritt dar!

1. PERSÖNLICHE EINSTIMMUNG

Du hast deine Idee, das ist großartig! Bevor du deine Idee zu einem umfassenden Projekt entwickelst, ist es wichtig, dich auf das Projekt einzustimmen und herauszufinden, warum du diese Idee entwickeln und umsetzen möchtest.

Indem du dich zu Beginn des Prozesses einstimmst, wirst du dir der Gründe bewusst, die dich antreiben und motivieren. Dies ist ein Schritt der Introspektion. Kurz gesagt, du musst dir selbst Fragen stellen und sie wahrheitsgemäß beantworten. Die Übungen in diesem Abschnitt begleiten dich durch diesen Prozess. Viele von ihnen sind kreative Übungen - scheue dich nicht, dich auf sie einzulassen!

1.1 WARUM MÖCHTE ICH DIESES PROJEKT UMSETZEN?

Um den Prozess der Introspektion zu beginnen, konzentriere dich auf dich selbst und auf das, was dir wichtig ist. Es ist von großem Vorteil, die eigenen Werte zu kennen, denn sie helfen dir, wertorientierte Ziele zu setzen. Wenn du dir deiner Hauptbeweggründe bewusst bist und weißt, was dich antreibt, kann das nicht nur eine Quelle der Motivation sein, sondern auch wie ein Kompass für dich funktionieren, wenn du mit einer Entscheidung bezüglich deines Projekts konfrontiert wirst.



Du kannst auch die folgenden Fragen bearbeiten, um über deine persönlichen Ziele während dieses Projekts nachzudenken:

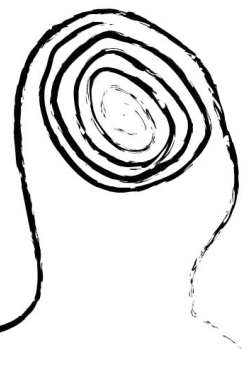
- ◇ Warum willst du dein Projekt jetzt starten?
- ◇ Warum hältst du das Projekt für notwendig?
- ◇ Was willst du mit diesem Projekt erreichen?
- ◇ Was erhoffst du dir persönlich von deinem Projekt?

Schreibe deine Antworten auf, damit du sie immer wieder hervorholen kannst, wenn du dich daran erinnern musst, warum du all die Arbeit tust!

1.2 DAS IDEALE ERGEBNIS DEINES PROJEKTES

Der nächste Schritt in diesem Prozess besteht darin, eine Bestandsaufnahme deiner Wünsche und Träume in Bezug auf dein Projekt zu machen. Was wünschst du dir? Wie würde dein Projekt im Idealfall verlaufen? Gibt es ein Bedürfnis, das du dir mit dem Projekt erfüllen möchtest?

Um dieses Thema zu bearbeiten, schlagen wir dir zwei **Übungen** vor. Du kannst das Arbeitsblatt "Idea Map Canva" verwenden, um deine Wünsche und Vorstellungen für dein Projekt aufzuschreiben. Es könnte hilfreich sein zu überlegen: "was würde ich tun, wenn es keine Hindernisse für mein Projekt gäbe?" Wenn du dir deiner Träume bewusst bist, kannst du herausfinden, wofür du dich begeisterst, was wiederum eine Quelle der Motivation während der Entwicklung und Umsetzung deines Projekts sein wird.



Eine weitere **Übung** ist die Visualisierung, bei der du dir den idealen Verlauf und das ideale Ergebnis deines Projekts vorstellst.

Nimm ein Blatt Papier, einen Stift und ein Telefon mit einem Timer. Schreibe das Folgende oben auf das Blatt Papier und stelle den Timer auf 10 Minuten:

"Mein Projekt ist ..."

Fange an zu schreiben und höre während der gesamten 10 Minuten nicht auf. Auch wenn du denkst, dass du mit dem Schreiben fertig bist, denke und schreibe weiter, bis der Alarm losgeht.

Diese Übung soll dich dazu bringen, zu träumen und dir ein Best-Case-Szenario für dein Projekt vorzustellen. Du kannst dein Geschriebenes aufbewahren und es nach der Umsetzung deines Projekts noch einmal lesen.

1.3 DEINE FÄHIGKEITEN, KENNTHNISSE UND STÄRKEN

Um den Prozess der Reflexion fortzusetzen, solltest du jetzt eine Bestandsaufnahme deiner Fähigkeiten und Stärken machen. Die Kenntnis deiner Fähigkeiten und Stärken wird für den kommenden Prozess wichtig sein, wenn du deine Ressourcen für dein Projekt planen musst. Zu deinen Fähigkeiten zählen nicht nur deine erworbenen Abschlüsse und Zertifikate, sondern auch die "soft skills", die du im Laufe deines Lebens entwickelt hast. Dies ist nicht der Zeitpunkt, um bescheiden zu sein. Alle unsere Erfahrungen bereichern unser Leben um Wissen. Selbst schwierige Erfahrungen können uns die Stärke zeigen, die wir in uns tragen. Du kannst dich selbst und deine Fähigkeiten wertschätzen, ohne unbedingt die schwierige Erfahrung selbst zu schätzen.

Um deine Fähigkeiten und Stärken zu sammeln, frage deine Familie, Freund:innen, Kolleg:innen und andere Menschen, mit denen du beruflich zu tun hast.

Notiere deine Sammlung auf dem Arbeitsblatt "Meine Fähigkeiten und Stärken" im Anhang.

Mit dieser Übung ist die Reise der Introspektion abgeschlossen. Im nächsten Kapitel werden wir uns mit der Entwicklung deiner Idee beschäftigen und uns mehr auf das konzentrieren, was du deinem Publikum/deiner Zielgruppe/deinen Kund:innen usw. anbieten kannst.

- ⇒ Arbeitsblatt "Idea Map Canva"
- ⇒ Arbeitsblatt "Meine Fähigkeiten und Stärken"
- ⇒ Weitere Informationen zu Resilienz und Bewältigungskompetenzen siehe Starter Kit 2, Kapitel 5



2. WEITERENTWICKLUNG DEINER IDEE

Im ersten Kapitel hast du dir Zeit für Selbstreflexion genommen und überlegt, warum du deine Idee umsetzen möchtest. In diesem Kapitel beginnen wir damit, die Idee in ein Projekt zu entwickeln. Wir werden uns mit Zielen, Werten, Zielgruppen, Ressourcen und Meilensteinen befassen. Wir werden auch einige Übungen und Arbeitsblätter vorstellen, die dir bei den Schritten in dieser Phase helfen werden.

2.1 VISUALISIERUNG DES BEST CASE SZENARIOS

Im vorigen Abschnitt wurdest du bereits aufgefordert, deine Projektidee so detailliert wie möglich zu beschreiben. Jetzt kannst du eine ähnliche **Übung** machen und dir das Best-Case-Szenario für dein Projekt vorstellen. Überlege, was genau du tun willst, welche Schritte du unternehmen musst, um das beste Ergebnis für dein Projekt zu erzielen. Stelle dir vor, wie die Umsetzung deines Projekts aussieht. Dies wird dir helfen, die verschiedenen Schritte zu erkennen, die für die Umsetzung erforderlich sind. Die Aufteilung in einzelne Schritte ist aus technischen Gründen wichtig, damit du eine Vorstellung davon bekommst, was du brauchst und was wichtig ist.

Mache diese Visualisierungsübung zehn Minuten lang und schreibe alles auf. Wiederhole die Übung so oft wie möglich während der Planungsphase deines Projekts. Vielleicht fällt dir jedes Mal, wenn du dein Projekt visualisierst, etwas Wichtiges ein, das du berücksichtigen oder auf das du achten solltest.

2.2 FORMULIERE DEINE PROJEKTIDEE

Nachdem du ausführlich über deine Projektidee nachgedacht hast, ist es nun an der Zeit, deine Idee prägnant zu formulieren. Beschreibe schriftlich, was du tun willst, als ob du einer außenstehenden Person davon erzählst. Überlege nicht nur, was du tun willst, sondern auch, warum du es tun willst, für wen du es tun willst, wo und wann du dein Projekt durchführen willst. Beschreibe auch, warum du in der Lage bist, das Projekt durchzuführen und welchen Nutzen dein Projekt für Menschen haben kann.

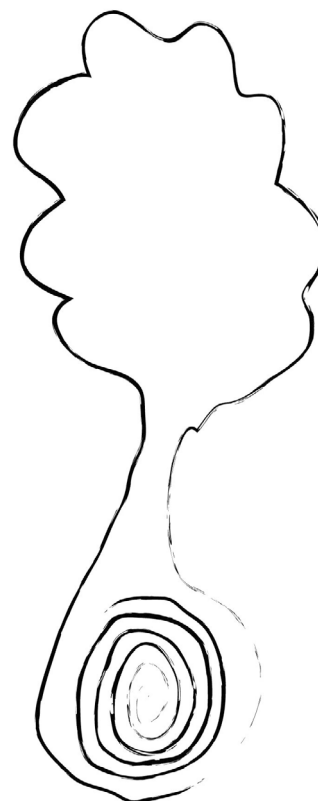
Dieser Schritt bereitet dich auf die Spezifizierung deiner Zielgruppe vor und hilft dir bei deinem Pitch und letztlich bei der Suche nach Fördermitteln.

- ◇ Was?
- ◇ Für wen?
- ◇ Wo?
- ◇ Wann?
- ◇ Nutzen?
- ◇ Warum ich?

2.3 DER WERT DEINES PROJEKTS

Die Frage "Welchen Wert hat dein Projekt?" wirst du dir in vielen Phasen der Projektentwicklung stellen. Es ist eine Frage, die du wahrscheinlich beantworten musst, wenn du eine Finanzierung beantragst, und eine Frage, mit der du dich beschäftigen musst, wenn du deine Zielgruppe erreichen willst.

Um herauszufinden, welchen Wert dein Projekt für andere haben kann, überlege dir, was du tun willst und ob jemand anderes bereits etwas Ähnliches tut. In dieser Phase musst du Nachforschungen anstellen. Du kannst natürlich im Internet recherchieren, aber gehe auch darüber



hinaus und sprich mit Menschen! Sprich mit Menschen, die sich in dem Bereich, in dem du arbeitest, auskennen, z. B. mit potenziellen Kooperationspartner:innen und Menschen, die etwas Ähnliches wie du gemacht haben.

Um herauszufinden, welchen Wert dein Projekt hat, solltest du auch darüber nachdenken, was du deiner Zielgruppe und anderen Personen, die an deinem Projekt beteiligt sind, bieten wirst. Auch Personen, die nicht zu deiner Zielgruppe gehören, können von deinem Projekt profitieren, z. B. Kooperationspartner:innen und Geldgeber:innen. Was du zu bieten hast, kann eine konkrete Fähigkeit, Wissen oder sogar Erfahrung sein. Es kann aber auch etwas sein, das ein gesellschaftliches Bedürfnis befriedigt, z. B. die Schaffung eines Safer Space für eine bestimmte Gruppe, die du ansprichst, oder die Einbeziehung von Zielgruppen, die bisher von ähnlichen Projekten nicht erreicht wurden.



Schreibe deine Antworten auf die folgenden Fragen auf:

- ◇ Was wurde bereits oder wird derzeit getan?
- ◇ Was macht dein Projekt einzigartig und wie unterscheidet sich dein Projekt von dem, was bereits gemacht wird?
- ◇ Wer wird von deinem Projekt profitieren?
- ◇ Wie werden sie von deinem Projekt profitieren?
- ◇ Wie ist dein Projekt in das spezifische Feld eingebettet, in das es gehört?
- ◇ Wie ist dein Projekt in das allgemeine gesellschaftliche Leben eingebettet?

Nachdem du die Fragen beantwortet hast, schreibe einen kurzen Absatz über den Wert, den dein Projekt für deine Zielgruppe, das Arbeitsfeld und das gesellschaftliche Leben im Allgemeinen schaffen wird. Wenn du diese definiert hast, kannst du verschiedene "Wirkungen" ableiten, die dein Projekt auf verschiedenen Ebenen haben wird. Die Kenntnis der potenziellen Auswirkungen, des Impacts, deines Projekts ist notwendig, weil Fragen zum Impact häufig in Finanzierungsanträgen gestellt werden.

2.4 DEINE ZIELGRUPPE

Bei der Formulierung deiner Idee hast du eine Zielgruppe definiert, die du mit deinem Projekt erreichen willst. Jetzt ist es an der Zeit, diese Zielgruppe besser kennenzulernen. Was weißt du über ihre Bedürfnisse und Wünsche? Wie

hast du sie kennengelernt? Hast du mit Menschen gesprochen, die du zu deiner Zielgruppe zählst?

Um ihren Bedürfnissen und Wünschen so nahe wie möglich zu kommen, trete mit Menschen aus deiner Zielgruppe in Kontakt und sprich mit ihnen. Dabei musst du dir bereits wichtige Fragen stellen:



- ◇ Wie erreiche ich meine Zielgruppe?
- ◇ Wo finde ich sie?
- ◇ Wie kann ich mit ihnen kommunizieren?

Wenn du denkst, dass du deine Zielgruppe definiert hast, diversifiziere deine Vorstellung von ihr, indem du Alter, Geschlecht, Race/Ethnizität, sozioökonomischen Status und andere soziale Kategorisierungen berücksichtigst, die das Leben und die Erfahrungen von Menschen beeinflussen. Diese Dinge könnten einen Einfluss auf die Bedürfnisse haben, die die Angehörigen deiner gewünschten Zielgruppe äußern. Um möglichst viele Informationen zu erhalten, solltest du versuchen, eine Vielzahl von Personen innerhalb der Gruppe zu erreichen.

Wenn du mit deiner Zielgruppe in Kontakt kommst, wird dir vielleicht klar, dass du etwas an deinem Projekt oder an deinem Ansatz ändern musst. Das sind wichtige Inputs, die du in deine Arbeit einbeziehen solltest. Scheue dich nicht, ein paar Schritte zurück zu gehen und frühere Entscheidungen zu überdenken, um diese Anregungen in deine Projektidee einfließen zu lassen.

2.5 PROJEKTZIELE

Einer der wichtigsten Schritte zwischen der Entwicklung und Konzeption deines Projekts und der operativen Umsetzung ist die Festlegung von Zielen für dein Projekt. Ziele sollen dein Projekt und seine Absichten greifbar machen und dir eine Orientierung geben, wenn du dein Projekt in kleinere, operative Schritte herunterbrichst.

Orientiere dich beim Setzen von Zielen an der SMART-Logik und setze Ziele mit folgenden Eigenschaften:

Spezifisch: Spezifische Ziele berücksichtigen die verschiedenen "W"s eines Projekts: Was? Wann? Wo? Wer? Warum? Formuliere Ziele, die die Antworten auf diese Fragen berücksichtigen.

Messbar: Messbare Ziele sind wichtig, damit du die Erreichung deiner Ziele überprüfen kannst. Woran wirst du erkennen, dass du dein Ziel erreicht hast? Setze dir Indikatoren, an denen du erkennst, dass du Fortschritte machst, und Indikatoren, die dir sagen, dass du dein Ziel erreicht hast.

Achievable/Erreichbar: Setze dir erreichbare Ziele, die innerhalb des Zeitrahmens, den du dir gesetzt hast, möglich sind und die du mit den dir zur Verfügung stehenden Mitteln erreichen kannst. Du kannst große Träume haben und dich selbst herausfordern, aber achte darauf, dass du dich nicht von Anfang an zum Scheitern verurteilst.

Realistisch: Ebenso müssen deine Ziele realistisch sein. Sie müssen nicht nur mit deinen Ressourcen erreichbar sein, sondern auch realistisch sein für dich, was dein eigenes Engagement für dein Projekt und deine Bereitschaft persönliche Ressourcen in das Projekt zu investieren anbelangt.

Timely/Zeitlich: Lege für jedes Ziel ein bestimmtes Datum fest, bis zu dem du es erreichen willst. Auch dieser Zeitrahmen sollte realistisch und erreichbar sein.

Setze dir als Übung mindestens 3 Ziele für dein Projekt, die du nach dem SMART-Modell erreichen willst.

2.6 RESSOURCEN-MAPPING

Die Entwicklung und Durchführung eines Projekts erfordert viele Ressourcen. Viele Menschen denken dabei wahrscheinlich an Geld. Geld ist natürlich eine Ressource, aber das gilt auch für Fähigkeiten, helfende Hände, Ausrüstung usw.

Wenn du dein Projekt entwickelst, wirst du dir bewusst werden, dass es dir an vielen Dingen fehlt, um dein Projekt zu entwickeln und umzusetzen. Allerdings wirst du auch über eigene Ressourcen verfügen, die für dein Projekt wertvoll sind.

Um dir ein Bild davon zu machen, was du brauchst, was du hast und was du noch beschaffen musst, solltest du deine Ressourcen erfassen. Dieser Prozess dient als Bestandsaufnahme, die sehr hilfreich sein kann, wenn du feststellst, dass du finanzielle Mittel benötigst. Für diesen Prozess kannst du das **Arbeitsblatt** "Ressourcen-Mapping" verwenden.

1. Führe alle Ressourcen an, die du in allen Phasen deines Projekts benötigen könntest. Versuche, so spezifisch wie möglich zu sein. Wenn du zum Beispiel einen Lesekreis für LGBTQI+ Jugendliche in deiner Nachbarschaft gründen willst, brauchst du nicht nur einen Raum, in dem du dich treffen kannst, sondern wahrscheinlich auch eine Art von Werbung, um Leute zum Mitmachen zu bewegen. Diese Werbung muss gestaltet und verteilt werden - digital und/oder in gedruckter Form. Die Ressourcen, die du dafür brauchst, sind Designkenntnisse, Designsoftware, Drucker, eine digitale Plattform, Kontakte in der Nachbarschaft usw.
2. Als nächsten Schritt liste alle Ressourcen auf, die du bereits in das Projekt einbringst: deine Fähigkeiten, Ausrüstung, Kontakte usw.
3. Überlege nun, welche Personen, Organisationen oder Unternehmen dir Ressourcen zur Verfügung stellen könnten, und überlege, welche der benötigten Ressourcen du von ihnen bekommen kannst und wie du sie von ihnen bekommen kannst.



2.7 ARBEITSPAKETE UND PROJEKTSTRUKTURPLAN

Stell dir den Projektentwicklungsprozess als einen Weg vor, auf dem du dich befindest. Wenn du Ziele für dein Projekt definiert hast, weißt du jetzt, wohin du gehen willst. Du weißt auch, wo du gerade stehst. Ein Projektstrukturplan ist ein Instrument des Projektmanagements, das dir hilft, deine Projektaufgaben zu visualisieren und deine Fortschritte zu überprüfen. Eine solche Struktur ist besonders hilfreich, wenn du ein langfristiges Projekt mit einer Gruppe beginnst, das mehr als ein Jahr dauern wird.

1. Wiederhole die Visualisierungsübung vom Anfang dieses Kapitels und konzentriere dich dieses Mal auf bestimmte Schritte, die du unternehmen musst, um dein Ziel zu erreichen. Notiere diese Schritte so detailliert wie möglich.
2. Gruppieren die Schritte zu sinnvollen Aufgabenclustern, z. B. können Aufgaben wie "Budgetplan erstellen" und "Förderanträge ausfüllen" in dem Cluster "Finanzmittelbeschaffung" zusammengefasst werden.
3. Schau dir alle Aufgabencluster an, die du gesammelt hast, und überlege, ob die Cluster auch als Arbeitspakete sinnvoll

- sind. Arbeitspakete werden vor allem dann wichtig, wenn du in einer Gruppe arbeitest und die Aufgaben zwischen den Gruppenmitglieder:innen aufgeteilt werden.
4. Du kannst auch eine oder mehrere Personen festlegen, die für jedes Arbeitspaket verantwortlich sind.
 5. Innerhalb jedes Arbeitspakets ist zu überlegen, in welcher Reihenfolge die einzelnen Aufgaben in Angriff genommen werden müssen. Es ist zum Beispiel sinnvoll, den Budgetplan zu erstellen, bevor du anfängst, Förderanträge zu schreiben.

Zur Visualisierung von Arbeitspaketen und einzelnen Aufgaben kannst du das **Arbeitsblatt** "Projektstrukturplan" im Anhang verwenden. Trage den Namen des Arbeitspakets in die Blase ganz oben in jeder Spalte ein und fülle die Blasen darunter mit den einzelnen Aufgaben innerhalb des Arbeitspakets.

Wenn du deine Arbeitspakete hast, überprüfe noch einmal, ob sie alle Dinge abdecken, die du tun musst, um deine Ziele für dein Projekt zu erreichen. Dann leg für jedes Arbeitspaket eine Frist fest, bis zu der es abgeschlossen sein muss. Berücksichtige dabei auch externe Fristen und die Reihenfolge, in der ein Arbeitspaket vor einem anderen abgeschlossen werden muss.

Als weiteres Steuerungsinstrument für dein Projekt kannst du eine Roadmap mit **Meilensteinen** erstellen. Meilensteine sind wichtige und entscheidende Ereignisse in deinem Projekt. Projektstart und -ende sind immer Meilensteine. Weitere Beispiele für Meilensteine sind das Versenden von Förderanträgen, die Veröffentlichung eines Podcasts oder der erste Workshop mit der Zielgruppe.

Visualisiere deine Meilensteine mit einer Liste, die den angestrebten Termin und eine Spalte für das tatsächliche Datum der Fertigstellung enthält. Hänge diese Liste an deinem Arbeitsplatz auf, damit du dir jederzeit über anstehende Meilensteine im Klaren bist.

Wenn dein Projekt nur von kurzer Dauer ist und/oder du alleine arbeitest, kannst du auch eine Roadmap erstellen, die das Projektstrukturplan-Tool mit Meilensteinen kombiniert.

1. Für dein kurzlebiges Projekt solltest du auch zunächst deine Projektziele betrachten und wichtige Meilensteine aufschreiben, die du erreichen musst, um deine Ziele zu

verwirklichen.

2. Wenn du Meilensteine festgelegt hast, schreibst du die Schritte auf, die du unternehmen musst, um jeden Meilenstein zu erreichen..
3. Auf diese Weise entsprechen die Meilensteine den Arbeitspaketen eines Projektstrukturplans.
4. Wie beim Projektstrukturplan lege auch für die Meilensteine Fristen fest.

Du kannst das **Arbeitsblatt** "Roadmap" im Anhang verwenden.

- ⇒ Arbeitsblatt "Ressourcen-Mapping"
- ⇒ Arbeitsblatt "Projektstrukturplan"
- ⇒ Arbeitsblatt "Roadmap"



3. TEAMFINDUNG

Ein Team ist eine Gruppe von in der Regel zwei bis acht Personen, die gemeinsam an einer Aufgabe oder einem Projekt arbeitet, hierbei gemeinsame Ziele verfolgt, klar strukturierte Tätigkeiten und Verantwortungen hat. Das klingt vielleicht erstmal logisch und einfach, doch effiziente Teamarbeit ist nicht selbstverständlich, also widmen wir uns in diesem Kapitel dem Thema Teamfindung auf verschiedenen Ebenen. Und zwar, sowohl dem tatsächlichen Finden eines Teams, als auch dem gemeinsamen sich Findens als Team. Teamentwicklung ist stets ein anhaltender, niemals abgeschlossener Prozess.

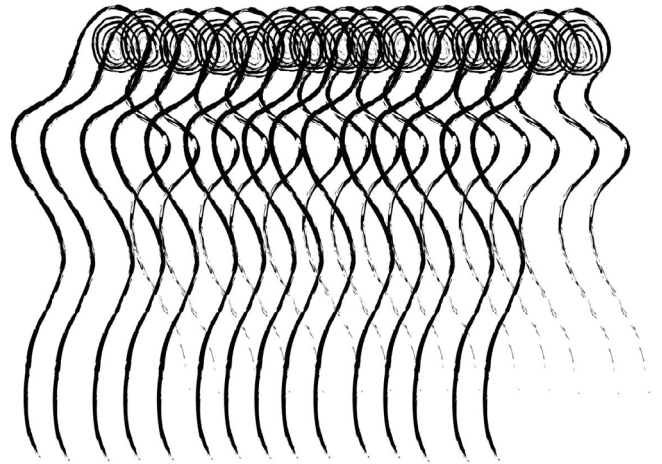
(NB: Wer schon ein Team hat, kann auch gleich zu 4.2 springen, wen das Team-Thema gerade erstmal nicht interessiert, kann auch gleich zum nächsten Kapitel gehen.)

3.1 REKRUTIEREN: WAS, WENN ICH NOCH KEIN TEAM HABE, ABER GERNE EINS HÄTTE?

Erstmal ein paar Fragen, die du dir stellen kannst, um abzuwägen, ob und wie du weitere Mitstreiter:innen finden kannst:



- ◇ Ist es notwendig für die Fortführung des Projektes, dass zu diesem Zeitpunkt weitere Personen mitmachen?
- ◇ Kenne ich bereits Personen, die gerne an dem Projekt mitentwickeln würden?
- ◇ Möchte ich nur eine Teilung der Arbeitslast, oder bin ich auch wirklich offen für weitere Ideen und Input? (Mehr Personen im Projekt, heißt auch mehr Meinungen.)
- ◇ Kann ich eine vergütete Arbeitsleistung anbieten oder suche ich erstmal ehrenamtliche Ko-Initiator:innen?
- ◇ Suche ich wirklich Personen, die aktiv mitarbeiten, oder brauche ich vielleicht aktuell eher nur einen gedanklichen Austausch? (In dem Fall lohnt sich vielleicht auch erstmal eine Beratung oder Diskussionen im eigenen Netzwerk zu deinem Projekt).



Falls du zu der Erkenntnis kommst, dass Teamfindung gerade gar kein notwendiges Thema ist für dein Projekt, ist das ist auch vollkommen in Ordnung. Sollte sich aber ergeben, dass es für dich gerade ein richtiger und wichtiger Schritt wäre, sind hier ein paar Anhaltspunkte, wie du das Rekrutieren angehen kannst:

- ◇ Spreche konkrete Personen in deinem Netzwerk an, entweder jene, die du als mögliche Teammitglieder siehst, oder auch jene, die vielleicht welche vermitteln könnten.
- ◇ Schalte einen Call-Out, in dem du potenzielle Mitstreiter:innen einlädst, dich und dein Projekt kennenzulernen
- ◇ Organisiere offene Treffen, um potenziellen Mitstreiter:innen mehr über das Projekt zu vermitteln.
- ◇ Recherchiere, wer vielleicht schon an einer ähnlichen Idee arbeitet und evaluiere, ob eine Kollaboration lohnenswert sein könnte.
- ◇ Lege einfach mal los, kündige dein Projekt einfach mal an. Nicht selten ergibt sich beim Machen, dass Interessent:innen, die deine Idee toll finden, auch von sich aus auf dich zukommen.

3.2 ZIELE, VISIONEN & ERWARTUNGEN ALLER TEAMMITGLIEDER EINSTIMMEN

Nun, nur weil ihr (inzwischen) als Team zusammengefunden und im Großen und Ganzen das gleiche Ziel habt, heißt es noch nicht, dass ihr alle die gleiche Auffassung habt, wie es jetzt weitergeht, welche exakten Ergebnisse ihr wollt, und welche Wege dort hinführen. Erarbeitet euch unbedingt klare und gemeinsame Zielsetzungen und beruft euch immer wieder auf diese zurück; seid auch bereit dafür, dass diese sich wandeln und weiterentwickeln können, insbesondere in der Teamarbeit. Hierbei heißt Zielsetzung nicht ein grobes Ziel zu haben, sondern sollte alle Aspekte des Projektes und der Zusammenarbeit abdecken, sowie im Bestfall auch ein Handlungs- und Wertschätzungskodex sein. Berücksichtigt hierbei beispielsweise folgende Fragen:



- ◇ Was sind das übergeordnete Ziel und die Absicht des Projektes?
- ◇ Was möchten wir damit erreichen, für die Empfänger:innen, aber auch für uns selbst?
- ◇ Was erwarten wir vom Prozess und vom Projekt?
- ◇ Was erwarten wir voneinander?
- ◇ Welche Werte und Grundannahmen vertreten wir und unser Projekt?

Beispielsweise auch in Projekten, die anti-rassistisch ausgerichtet sind, bringen nicht alle Teammitglieder unbedingt die gleichen intersektionalen Erfahrungen und das Wissen über verschiedene Diskriminierungsbereiche an sich mit. Ohnehin sollte jedes Projekt anstreben diskriminierungskritisch zu agieren, aber dies zu sagen und dies zu tun sind sehr unterschiedliche Realitäten. Es braucht also eine Auseinandersetzung damit, was Wissensbestände des Teams sind zu diesen Themen, sowie was die Ziele sind, wie die Zusammenarbeit auch diskriminierungskritisch wird (z.B. eben auch zum Umgang und Verständnis von Rassismus, (Hetero-/Cis-) Sexismus, Ableismus, Queerfeindlichkeit, u.w. Diskriminierungsformen). Definiert, was für euch eine sichere Zusammenarbeit in diesem Team ausmacht und auch, wie ihr dies umsetzen und sicherstellen könnt und möchtet.

3.3 ARBEITSMODELLE DEFINIEREN: ROLLEN, ARBEITSSTILE, ENTSCHEIDUNGSPROZESSE

Ihr alle werdet unterschiedliche Arbeitsweisen, unterschiedliche Präferenzen, unterschiedliche Kompetenzen und unterschiedliche zeitliche Verfügbarkeiten haben (insbesondere, wenn ihr gerade ehrenamtlich ein neues Projekt startet).

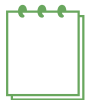
3.3.1 ROLLEN- UND AUFGABENVERTEILUNG.

Erarbeitet, welche Aufgaben anfallen und welche Umsetzungen und Verantwortungen wo und bei wem liegen. Dies können auch mehrere Personen sein, die sich dann ggf. in kleineren Rahmen nochmal unter koordinieren. Seid auch bereit, die Aufgabenverteilung - gerade bei neu entstehenden Projekten - anzupassen. Vieles ergibt sich erst beim Machen. Berücksichtigt beispielsweise folgende Aspekte:

- ◇ **Präferenzen und Kompetenzen abwägen:** Wer kann was gut, aber auch wer möchte was machen? Drängt Personen nicht dazu, Aufgaben zu übernehmen, die sie nicht übernehmen möchten, nur weil sie dort vielleicht Erfahrung und Kompetenzen haben. In eurem eigenen Projekt solltet ihr auch individuell und selbst entscheiden können.
- ◇ **Zeitmanagement & Arbeitsstile insgesamt und individuell planen und definieren:** Es müssen nicht alle Personen die gleiche Zeit einbringen, aber trifft klare Absprachen, um späteren Konflikten vorzubeugen. Vereinbart, wie oft und wann ihr im Team zusammenkommt und was dann besprochen und erledigt sein soll oder was in der Zeit gemeinsam gemacht wird; gebt jedoch auch Raum für die jeweils individuelle Zeitplanung darüber hinaus. Definiert, wie ihr als Team arbeiten wollt, aber gebt auch den Raum für individuelle Teammitglieder, ihre eigenen Arbeitsweisen und -methoden einzubringen und umzusetzen.
- ◇ **Aufgaben teilen und delegieren:** Nicht selten entstehen Situationen, wo einzelne Personen mehr der Projektsteuerung übernehmen, das ist oft ja auch sinnvoll. Hierbei solltet ihr darauf achten, dass diese Personen jedoch nicht überlastet werden (z.B. immer, wenn andere ihre Aufgaben nicht erledigen, bleibt es immer an derselben Person hängen) und zugleich auch, dass die steuernde Person ihrerseits nicht alles mikromanaged. Dies braucht allseitige Reflexion, Ehrlichkeit und Kommunikation (mehr dazu siehe auch weiter unten).

3.3.2 ENTSCHEIDUNGSPROZESSE DEFINIEREN

Nehmt euch auch den Raum, Entscheidungsprozesse wirklich zu planen, damit alle im Team vorab wissen, woran sie mitentscheiden, oder eben auch nicht und sich keine Teammitglieder später machtlos oder übergangen fühlen. Berücksichtigt hierbei folgende Aspekte:



- ◇ Welche Entscheidungen wollen wir grundsätzlich alle gemeinsam treffen? (Bei größeren Teams kann es auch sein, dass dies gar keine sein werden.)
- ◇ Wer trifft die grundlegenden Entscheidungen (Alle?, Die ursprünglichen Gründer:innen?, Die Personen, die am meisten Arbeit einbringen? Bestimmte definierte Teammitglieder, z.B. aufgrund von gewissen Expertisen? etc.)
- ◇ Welche Bereiche von Entscheidungsprozessen haben wir und anhand welcher Kriterien unterteilen wir diese?

Also beispielsweise die Entscheidung, welche Rechtsform ihr bei der Gründung wählt, sollen vielleicht alle mittragen, was genau der Wortlaut im nächsten Social Media Post wird, muss jedoch vielleicht nicht jedes Teammitglied abnehmen. Wiederum gilt auch hier, seid bereit, dies aus zukünftigen Erfahrungswerten zu wandeln und weiterzuentwickeln.

3.4 KOMMUNIKATIONSKULTUR / TEAM CULTURE

Vieles von dem bis hierher erwähnten setzt eines voraus: eine effiziente Kommunikationskultur, oder auch "Team Culture". Also, die Art und Weise, wie ihr euch im Team einander mitteilt und einander gegenüber verhaltet. Dies entsteht selten von selbst, daher sind hier ein paar zusätzliche Anhaltspunkte, was euch zum Aufbau einer guten Kommunikationskultur verhelfen kann:

- ◇ **Wertschätzung & Empowerment:** Die Erstellung eines Wertschätzungskodexes wurde bereits oben erwähnt, aber lebt auch Wertschätzung. Verfällt nicht (wie so viele vor euch) in den Modus nur die Fehler und Konflikte auszuverhandeln, sondern erkennt, schätzt und zelebriert die Leistungen, die kleinen Schritte, die Erfolge von euch selbst und einander.
- ◇ **Kollegiale Weiterbildung & Wissensau-**

stausch: Neben dem alltäglichen Austausch, könnt ihr auch konkrete Momente/Sitzungen einplanen, um von und miteinander zu lernen, um so auch Kompetenzen im Team zu erweitern und aufzubauen und von den Erfahrungen und Kompetenzen einzelner gesamtheitlich zu profitieren.

- ◇ **Konfliktmanagement:** Was passiert, wenn dann eben doch ein Konflikt aufkommt? Meist wird sich diese Frage erst gestellt, nachdem der Konflikt da ist, Frustration, Enttäuschung und Ärger schon anstehen. Warum also nicht einfach vorab definieren, was die Handlungspläne im Konfliktfall sein sollten. Überlegt euch vorher, wie ihr damit umgeht, wenn die Zusammenarbeit insgesamt oder unter einzelnen nicht wie erwartet läuft. Selbst wenn dies dann nicht allumfassend in jedem Fall so umsetzbar sein wird, gibt es den betroffenen Personen eine Ansprechmöglichkeit und es gibt dem Team insgesamt zumindest erstmal einen Orientierungsrahmen, anstatt Konflikte mitzuschleppen oder zu ignorieren. Stellt zudem vielleicht auch sicher, vorab zu definieren, was ein Konflikt ist, und unterscheidet es auch klar von z.B. Mobbing und Diskriminierung.
- ◇ **Teambuilding:** Hierbei geht es meist um das Kennenlernen voneinander, außerhalb des Arbeitskontexts. Es lohnt sich jedoch, abzuwägen, ob es zweckmäßig und sinnvoll ist, denn manche Personen empfinden es z.B. eher als Belastung, während andere es als hilfreich empfinden. Fragt doch in eurem Team (vielleicht auch anonym) einfach mal, ob es für euch ein hilfreiches Tool wäre. Wägt auch ab, wie niederschwellig und barrierefrei eine Aktivität für alle ist.

Dies ist nicht allumfassend, alle Projekte, alle Menschen, alle Teams sind individuell. Zudem ist euer Projekt vielleicht auch noch sehr klein, oder ihr habt begrenzte zeitliche Kapazitäten. Dann ist es auch vollkommen in Ordnung (gemeinsame) Prioritäten zu setzen und erstmal zu sehen, welche Einzelpunkte von dem hier dargelegten für euch hilfreich, relevant und umsetzbar sind.

- ⇒ **Arbeitsblatt: "Teamfindung"**
- ⇒ Mehr zum Thema Aufgaben & Zeitplanung, siehe auch Starter Kit 1, Kapitel 2
- ⇒ Mehr über Networking zur Unterstützung deiner Suche nach einem Team, siehe Starter Kit 2, Kapitel 1.



4. PITCHING

Du wirst immer wieder in die Situation kommen, dass du dein Projekt anderen vorstellst, z.B. für potenzielle Kollaborationen, Unterstützung oder Finanzierung. Hier lohnt es sich vorab Gedanken zu machen, wie du dein Projekt oder deine Idee gut vermitteln kannst, also wie du es pitchst.

4.1 WAS IST EIN PITCH?

Ein Pitch ist eine ganz kurze, knappe Präsentation deiner Projektidee. Ein Pitch hat zudem das Ziel, die Idee zu begeistern und neugierig zu machen, davon zu überzeugen, und zugleich bei einem realistischen und greifbaren Konzept davon zu bleiben. Der Begriff stammt ursprünglich aus der Werbebranche, hat aber inzwischen weit darüber hinaus Verwendung erlangt. Der Ansatz, der dahinter steckt ist:

“Jede Idee ist nur so gut, wie sie verkauft wird”

Pitching (aus dem Englisch) heißt u.a. auch “werfen”. Du wirfst also anderen deine Idee / deinen Ball zu, mit der (hoffentlich überzeugenden) Aufforderung diesen aufzufangen und mitzumachen / -spielen. Pitching ist ein bewusster Akt: Du hast die Absicht, durch Pitching etwas zu erreichen, was bedeutet, dass du dein Pitching planen und vorbereiten kannst.

4.2 WARUM ÜBERHAUPT PITCHEN?

Deinen Pitch stets vorbereitet und parat zu haben, ist hilfreich, weil du nie weißt, wen du vielleicht spontan triffst, oder wann du eine Chance haben könntest, für deine Projektidee zu begeistern. Wenn dies dann der Fall ist - ob geplant oder ungeplant - ist es wichtig den Personen, denen du die Idee vorstellst, möglichst schnell den Kern, das Ziel und die Einzigartigkeit deiner Idee zu vermitteln. Hiervon hängt oft ab, ob du beispielsweise die Möglichkeit kriegen wirst, ihnen später (oder manchmal auch sofort) mehr über dein Projekt zu berichten. Dein Pitch ist quasi deine Einladung hereinzutreten.

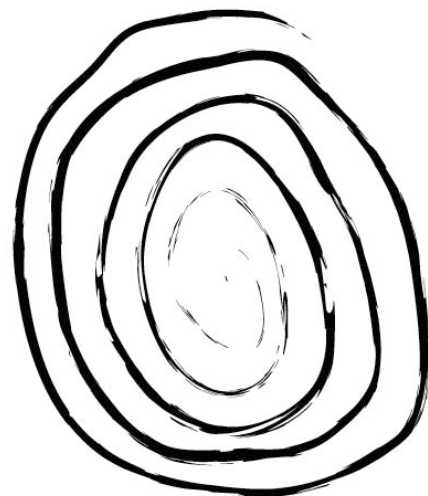
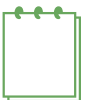
Wenn diese überzeugt und die Angesprochenen hereinkommen, kannst du ihnen dann das ganze Haus (oder deine aktuelle Baustelle und die Baupläne) zeigen.

4.3 ALSO, WIE GEHT “PITCHEN”?

Vielleicht hast du schon mal von dem Begriff “Elevator Pitch” (Fahrstuhl-Pitch) gehört. Der Ansatz hiervon ist, dein Pitch sollte in die Länge einer Fahrstuhlfahrt passen, falls du zufällig mit der richtigen Person, der du unbedingt dein Projekt vorstellen solltest, mal im gleichen Fahrstuhl landest für 60 Sekunden. Während dieses exakte Szenario eher filmreif ist, bleibt die Idee dahinter relevant. Es geht darum, deinen Moment optimal zu nutzen.

Fragen, die du dir stellen kannst in der Vorbereitung deines Pitches:

- ◇ Was genau ist dein Projekt?
- ◇ Welches Problem löst du damit?
- ◇ Welche Ansätze und Lösungen bietet dein Projekt?
- ◇ Was ist das Alleinstellungsmerkmal?
- ◇ Was ist der Appell an die Personen/en, an die du pitchst?
- ◇ Was ist die Handlungsaufforderung für die Person, an die du deinen Pitch richtest?



Manchmal hast du aber auch die Gelegenheit, mehr Zeit für deinen Pitch zu haben. Wenn zum Beispiel dein Elevator-Pitch erfolgreich war und die Person interessiert ist, kommt es vielleicht zu einem längeren Gespräch. Deshalb ist es hilfreich, verschiedene Längen deines Pitches vorzubereiten. Überlege dir also, wie du deine Idee in 30 Sekunden, 60 Sekunden und in drei Minuten pitchst.

Es lohnt sich, das Pitchen zu üben. Zeichne dich doch z.B. mal beim Pitchen auf und sieh selbst, wie es rüberkommt und wie lang es ist. Such dir, wenn möglich, ehrliche und konstruktive Personen in deinem Netzwerk, an denen du deinen Pitch mal ausprobieren kannst, um hilfreiches Feedback zu bekommen. Es lohnt sich jedoch auch, das Pitchen in Safer Spaces zu üben, denn ganz ehrlich, in sehr homogenen, potenziell diskriminierenden Umfeldern, werden insbesondere Ideen, die sich mit sogenannten marginalisierten Perspektiven auseinandersetzen, gerne auch mal schnell als irrelevant verrissen, einfach, weil das Verständnis für diese mangelt. Dies kann schwer zu erfahren sein und auch schwer abzuwägen, wann es wirklich auf deinen Pitch und deine Idee reflektiert und wann es einfach nicht das richtige Umfeld hierfür ist.

Letztlich ist das Pitchen eine menschliche Interaktion. Nicht jede Person wird dein Projekt toll finden und unterstützen wollen und das ist absolut okay. Beim Pitchen geht es auch darum, dich selbst authentisch zu präsentieren und mit jenen, die das richtige Match für dein Projekt sind, eine Verbindung herzustellen.



- ⇒ Arbeitsblatt "Idea Pitch Canva".
- ⇒ Mehr zum Thema Resilienzaufbau, siehe auch Starter Kit 2, Kapitel 5
- ⇒ Mehr zum Thema Authentizität, siehe auch Starter Kit 2 Kapitel 1

5. FINANZIERUNG

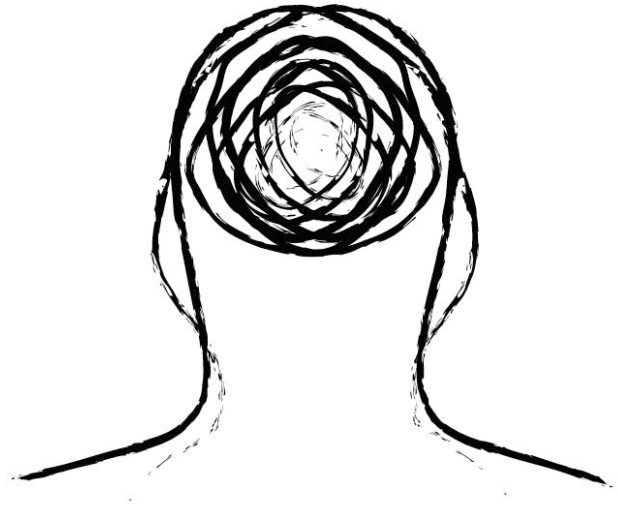
Das Thema Geld ist oft allgegenwärtig, wenn man ein neues Projekt startet - vor allem, wenn es sich um eine Grassroots-Bewegung oder um Community Organizing handelt. In Kapitel 2 haben wir uns mit der Erfassung der benötigten Ressourcen beschäftigt, um herauszufinden, was du für die Umsetzung deiner Idee brauchst und was du tatsächlich hast. Viele Ressourcen, die du brauchst, sind vielleicht nicht monetär, sondern materiell. Aber wenn du keinen Zugang zu diesen materiellen Ressourcen hast oder sie nicht kostenlos bekommen kannst, musst du vielleicht für den Zugang bezahlen.

In diesem Kapitel werden wir uns zunächst verschiedene Möglichkeiten der Mittelbeschaffung und Einkommensströme ansehen und dir ein paar Werkzeuge zeigen, die dir im Bereich der Mittelbeschaffung helfen werden.

5.1 EINKOMMENSSTRÖME

Wenn du zum Beispiel als Community-Organisator:in anfängst, könnte es dein Ziel sein, etwas für deine Community zu tun, das für so viele Menschen wie möglich zugänglich ist. Zugänglichkeit bedeutet auch, finanzielle Hindernisse für die Teilnahme zu beseitigen oder zu verringern. Daher ist es für viele von zentraler Bedeutung, dass die notwendigen Mittel für ein Projekt nicht von der/den Zielgruppe(n) selbst kommen. Wir möchten dir einige Ideen geben, wie du Mittel für dein Projekt akquirieren kannst:

◇ **Öffentliche Mittel:** Die verschiedenen Verwaltungsebenen haben unterschiedliche Töpfe, aus denen Mittel an Organisationen, Initiativen, Projekte usw. verteilt werden. Es lohnt sich, einen Blick auf die verschiedenen Abteilungen auf kommunaler, Landes-, Bundes- und internationaler Ebene und ihre Förderprogramme zu werfen. Häufig wirst du feststellen, dass es unterschiedliche Fördertöpfe für kurzfristige und langfristige Projekte gibt und Mittel, mit denen alle Kosten gedeckt werden können, und solche, die nur auf einen bestimmten Prozentsatz der Kosten und bestimmte Arten von Kosten beschränkt sind (z. B. Mittel, die Honorare, aber keine Personalkosten abdecken). Die Verfahren zur Beantragung öffentlicher Mittel sind je nach Verwaltungsebene, Umfang und Höhe der Finanzierung sowie der Projektdauer sehr unterschied-



lich. Diese Verfahren sind oft kompliziert und erfordern eine Menge Arbeit, die du leisten musst, bevor du eine Ahnung davon hast, ob du deine Finanzierung bekommst. Es ist auch wichtig, dass du dich an die Antragsfristen für Ausschreibungen hältst, die deinen Umsetzungszeitplan stark beeinflussen können.

- ◇ **Private Investor:innen:** Es ist nicht ratsam, sich ausschließlich auf eine einzige Einnahmequelle zu verlassen, insbesondere nicht auf öffentliche Mittel, und es ist ratsam, die Einnahmequellen zu diversifizieren. Private Investor:innen und philanthropische Stiftungen sind eine Quelle, die zu berücksichtigen sind. Manchmal haben sogar Wohltätigkeitsorganisationen Programme zur finanziellen Unterstützung von Projekten. Es gibt auch große Stiftungen, die Finanzierungsprogramme anbieten, die sich in der Regel auf verschiedene Bereiche in Politik, Bildung, Gemeinwesenarbeit usw. konzentrieren. Neben Institutionen gibt es auch einzelne soziale Investor:innen, die ebenfalls in Projekte investieren, die einen sozialen Wert haben. Wenn du dich an soziale Investor:innen wendest, solltest du einen Plan für die Finanzierung des zweiten Jahres deines Projekts haben, d.h. wie du dein Projekt finanzieren willst, wenn die Anfangsinvestition ausläuft.
- ◇ **Sponsor:innen:** Im Gegensatz zu privaten Investor:innen geben Sponsor:innen dir Geld oder materielle Unterstützung zu ihrem direkten Nutzen und betrachten Sponsoring als Teil ihrer Öffentlichkeits-

arbeit. Oftmals erwarten sie sich durch das Sponsoring eine finanzielle Rendite für ihr Unternehmen.

- ◇ **Crowdfunding:** In den letzten Jahren sind Aufrufe zum Crowdfunding immer beliebter geworden, und es gibt viele Webseiten, die öffentliche Crowdfunding-Aufrufe ermöglichen und anbieten. Dies ist eine Finanzierungsform, auf die derzeit viele künstlerische, pädagogische oder aktivistische Projekte zurückgreifen. Wenn du eine Crowdfunding-Kampagne startest, solltest du dir Gedanken darüber machen, wie viele Einnahmen du realistischerweise durch diese Methode erwarten kannst. Oftmals werden Crowdfunding-Links im unmittelbaren Netzwerk oder sozialen Umfeld weitergereicht und gelangen nicht so leicht nach draußen. Dein sozialer Kreis ist möglicherweise nicht der Ort, an dem die finanziellen Ressourcen tatsächlich liegen.
- ◇ **Merchandise/Werbeartikel:** Neben der Hauptform des Produkts, der Dienstleistung oder der Initiative, die du für dein Projekt planst, kannst du in Erwägung ziehen, Merchandise-Produkte zum Verkauf oder als Dank für Spenden anzubieten. Je nach Art der Ware musst du natürlich die Produktionskosten in deine Budgetplanung mit einbeziehen.
- ◇ **Produktverkauf/Dienstleistungsgebühren/Eintrittsgebühren/Teilnahmegebühren:** Die Erhebung von Gebühren für die Teilnahme oder die Inanspruchnahme deiner Dienstleistung ist vielleicht nicht das, was du ursprünglich wolltest, aber es ist etwas, das du in Erwägung ziehen kannst, auch wenn du Bedenken hinsichtlich der Zugänglichkeit hast. Die Erhebung von Gebühren für die Teilnahme erhöht das Commitment, das du von deiner Zielgruppe erwarten kannst. Du kannst gestaffelte Gebühren für die Teilnahme festlegen, die bei 0 € beginnen und nach oben gehen. Es ist nicht ungewöhnlich, dass für bestimmte Gruppen keine oder ermäßigte Gebühren erhoben werden und andere Gruppen höhere Gebühren zahlen müssen. Wenn du z.B. im Rahmen deines Projekts einen Workshop zum Umgang mit der Polizei für deine Community anbieten willst, kannst du eine "Verbündeten"-Gebühr für Menschen erheben, die nicht direkt zu deiner Community gehören, aber teilnehmen und sich mit den Community-Mitglieder:innen verbünden wollen. Es gibt Möglichkeiten, relativ zugänglich zu sein und trotzdem Gebühren zu erheben. Allerdings solltest du darauf

achten, ob die Gebühren, die du erhebst, tatsächlich ein fester Bestandteil deines Budgets sind oder nur ein "Zusatz". Geringe Gebühren tragen vielleicht nicht wirklich zu deinem Gesamtbudget bei, können aber Menschen von der Teilnahme abhalten. Dies ist eine Gratwanderung, der du dir bewusst sein solltest.

Im Zusammenhang mit der Frage der Finanzierung möchten wir auch ein Thema ansprechen, das in Gesprächen zwischen den Projektmitarbeiter:innen von You Got This! und den Teilnehmenden, die ihre eigenen Projekte entwickelten, immer wieder zur Sprache kam. Manche Menschen zögern, ihre Projekte mit öffentlichen Mitteln zu finanzieren, weil sie Angst vor politischer Steuerung und Geringschätzung haben. Diese Bedenken sind berechtigt, denn öffentliche Einrichtungen finanzieren Projekte, die sie als "wertvoll" und für die Gesellschaft nützlich erachten, und diese normativen Bewertungen sind durch bestehende soziale Ungleichheiten geprägt. Es ist schwierig, diese Barriere zu durchbrechen. Dennoch bleibt die Tatsache bestehen, dass öffentliche Gelder für alle da sind. Marginalisierte Menschen tragen zum öffentlichen Haushalt bei und sollten genauso Anspruch auf Mittel aus diesem Haushalt haben wie alle anderen auch.

Andererseits zögern manche Projektentwickler:innen vielleicht, sich an private Investor:innen oder Stiftungen zu wenden, weil sie eine Instrumentalisierung und Einflussnahme befürchten. Auch das ist eine wichtige Überlegung, aber letztlich eine Entscheidung, die du für dich selbst oder innerhalb des Projektteams treffen musst.

Um die Abhängigkeit von öffentlichen Geldern oder privaten Investor:innen zu verringern, ist es daher ratsam, die Einnahmequellen zu diversifizieren und sich nicht auf eine Finanzierungsart zu verlassen.

Im Anhang haben wir einige Websites, Institutionen und Netzwerke aufgelistet, auf denen du nach Finanzierungsmöglichkeiten suchen kannst.

5.2 BUDGETKALKULATION

Bei vielen Förderanträgen musst du einen Budgetplan vorlegen und die Kosten für deine Umsetzung berechnen. Wenn du so etwas noch nie gemacht hast, mag es einschüchternd wirken, aber du kannst dich Schritt für Schritt an einen Budgetplan heranarbeiten.

Wir schlagen vor, dass du dich mit deinem Team, deinen Berater:innen, Freund:innen, Kolleg:innen oder anderen Personen, die dir helfen können, zusammensetzt und gemeinsam ein Brainstorming machst.



1. Nachdem du ihnen von deinen Projektabsichten und -zielen erzählt hast, mache ein Brainstorming über die verschiedenen Ausgaben, die während der Projektdauer anfallen könnten, und schreibe alles auf ein Plakat oder ein großes Blatt Papier. Du solltest eine lange Liste mit verschiedenen Ausgaben zusammenstellen, z. B. Raummiete, Honorare, Werbekosten, Verpflegung, Transportkosten, Honorare für Teams/Personalkosten usw. Denk während dieses Brainstormings an dein Ressourcen-Mapping und achte darauf, dass du alles einbeziehst, was du von Dritten beziehen musst.
2. Versuche, die verschiedenen Kostenarten genau zu benennen und sie gegebenenfalls aufzuschlüsseln, z. B. die Kosten für Werbung in Design, Printwerbung und digitale Werbung aufzuschlüsseln.
3. Wähle aus der langen Liste der verschiedenen Kosten diejenigen aus, die für dein Projekt tatsächlich relevant sind, und schreibe sie ganz links auf ein Blatt Papier. Du wirst eine Tabelle mit 6 Spalten erstellen.
4. Ergänze die Tabelle um Spalten für die Häufigkeit der Kosten (Einheit), die geschätzten Kosten pro Einheit, die Häufigkeit der Kosten (Anzahl der Einheiten) und die Gesamtkosten. Deine Tabelle sollte nun wie folgt aussehen:

Nr.	Ausgabe	Einheit	geschätzte Kosten pro Einheit	Anzahl der Einheiten	Gesamt
1	Miete Veranstaltungsort	monatlich	€ 350,00	6	€ 2.100,00
2	Transport zum Veranstaltungsort	täglich	€ 50,00	10	€ 500,00
3	Druckkosten für Flyer	Stück	€ 0,10	300	€ 30,00
	usw.				
					€ 2.630,00

In der letzten Spalte unten kannst du die Gesamtkosten für dein Projekt berechnen.

Nachdem du die Gesamtkosten deines Projekts ermittelt hast, kannst du dir einen Überblick über deine Einnahmequellen verschaffen und wie viel sie zu deinem Budget beitragen werden. So könnte deine Tabelle aussehen:

Nr.	Einkommensquelle	Einheit	Einnahme pro Einheit	Anzahl an Einheiten	Gesamt
1	Kommunale Förderung	einmalig	€1.500,00	1	€1.500,00
2	Teilnahmebeitrag "Verbündete"	pro Kopf	€ 10,00	5	€ 50,00
3	Teilnahmebeitrag "Community"	pro Kopf	€ 5,00	20	€ 100,00
					€ 1.650,00

Um den Geldgeber:innen einen Überblick über dein Budget zu geben, solltest du die Differenz zwischen deinen Kosten und deinem derzeitigen Einkommenspotenzial als Betrag angeben, den du beantragen möchtest:

Gesamtkosten des Projekts	€ 2.630,00
Anteil Öffentliche Förderung	€ 1.500,00
Anteil Teilnahmebeiträge	€ 150,00
Differenz, das durch diesen Antrag gedeckt werden soll	€ 980,00

Du kannst diese Berechnungen von Hand und auf Papier durchführen, aber du kannst auch Computerprogramme verwenden, die die Berechnungen erleichtern. Es gibt Tabellenkalkulationsprogramme, mit denen du anhand von Formeln automatisch rechnen kannst. Wenn du mit einem solchen Programm nicht vertraut bist, ist es sehr lohnenswert, sich damit vertraut zu machen. Im Internet findest du viele Videotutorials und sogar Vorlagen.

Übersichten wie diese sind für die meisten Förderanträge erforderlich und ein notwendiger Schritt in deiner Projektplanung.

5.3 2-PAGER ODER 5-SLIDE-DECK

In Kapitel 4 haben wir uns mit den Feinheiten des Pitching beschäftigt. Finanzierung und Pitching sind eng miteinander verknüpft, weil du deine Idee oft Leuten vorstellst, die du um Geld bittest, und jeder Finanzierungsantrag auch ein Pitch für dein Projekt ist.

Es gibt zwei Pitching-Tools für schriftliche Anträge, die wir hier erwähnen möchten:

- ◇ **2-Pager:** Dabei handelt es sich um ein Dokument, das die wichtigsten Punkte deines Projekts auf zwei DIN-A4-Seiten prägnant darstellt. Es gibt auch einen 1-Pager, der das Gleiche auf einer einzigen A4-Seite tut. Wie umfangreich dein 1-Pager oder 2-Pager sein muss, hängt von der Förderstelle ab.
- ◇ **5-slide-deck:** Das ist eine digitale Präsentation mit 5 Folien, die die wichtigsten Punkte deines Projekts abdecken.



In diesen beiden Dokumenten solltest du unbedingt die folgenden Informationen angeben:

- ◇ Titel des Projekts
- ◇ Problem, das du in Angriff nehmen willst
- ◇ Die Notwendigkeit, dieses Problem zu lösen
- ◇ Wie du das Problem angehen willst
- ◇ Die Ziele deines Projekts
- ◇ Der Wert deines Projekts
- ◇ Zeitplan für das Projekt
- ◇ Dein Name (und die Namen deiner Teammitglieder) und deine/eure Kontaktinformationen

Ein 2-Pager und ein 5-Slide-Deck sind wichtige Instrumente, um andere von deiner Projektidee zu überzeugen. Genauso wie ein Pitch fesselnd sein sollte, sollten auch diese Dokumente einladend und ansprechend sein. Verwende Bilder, verschiedene Schriftgrößen usw., um ihnen eine persönliche Note zu verleihen.



- ⇒ Liste mit Informationen über Finanzierungsmöglichkeiten im Anhang
- ⇒ Weitere Informationen zum Pitching findest du in Kapitel 4 in diesem Starter Kit.

6. WIE GEHT'S WEITER?

Dieses erste Starter Kit soll dir den Einstieg in die Entwicklung deiner Idee zu einem Projekt erleichtern und dir Informationen und Tipps geben, worauf du achten und was du bei der Entwicklung deines Projekts berücksichtigen solltest.

Im zweiten Starter Kit wirst du durch weitere Schritte begleitet. Du findest Informationen und hilfreiche Tipps zu den Themen Networking, Präsentation, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Umsetzung und Aufbau von Resilienz und Bewältigungsstrategien für die Umsetzung deines Projekts. Lade das zweite Starter Kit herunter und lass deine Idee wachsen!



ANNEX

1. Idea Map Canva

Idea Map
Canva

Dein Geist ist absolut einzigartig und du weißt es!

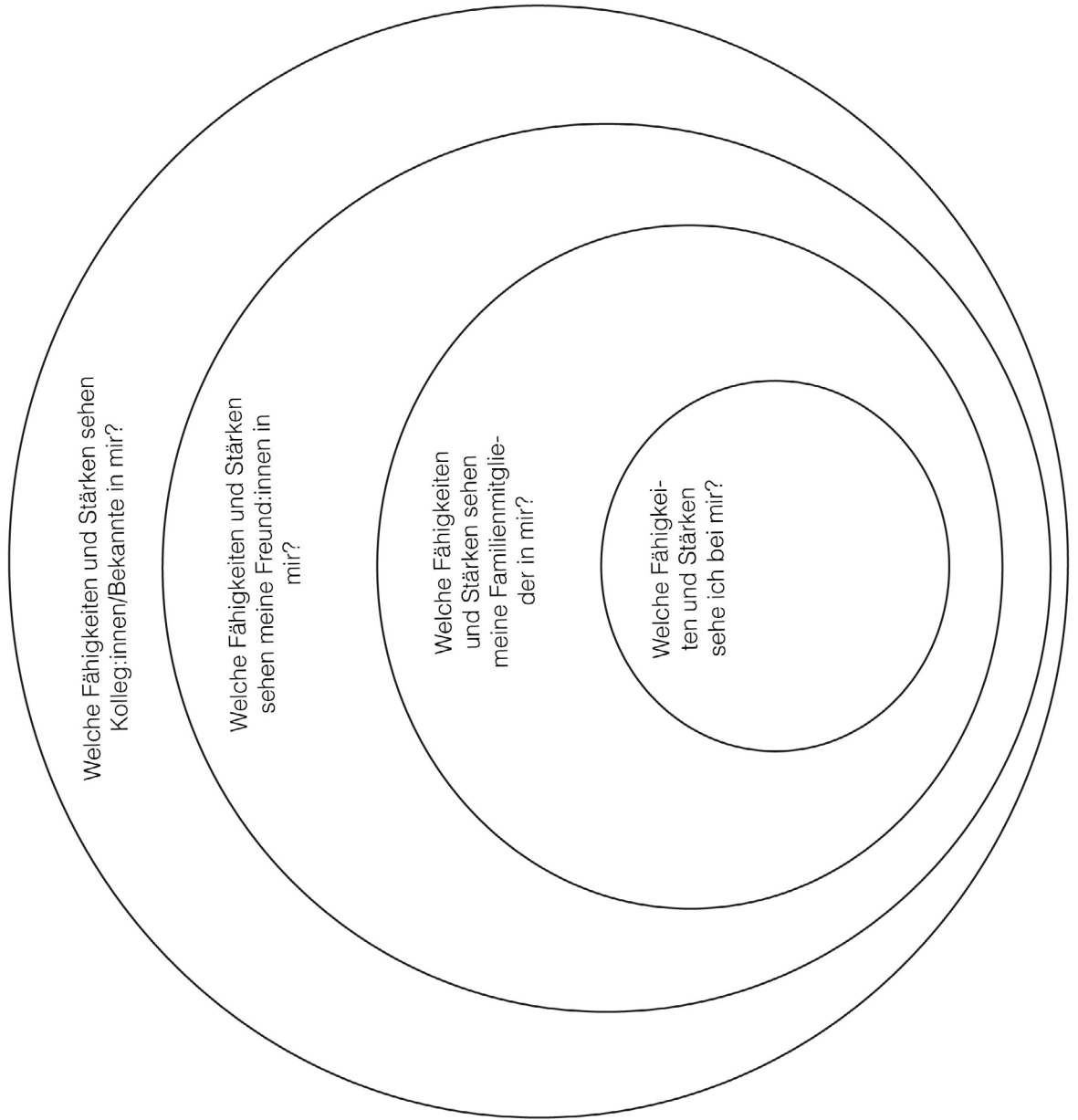
- Trage all die Träume, Ideen und Dinge ein, die du verwirklichen willst/kannst.
- Wähle die größeren Kreise für die dringenden Wünsche und die kleineren Kreise für die weniger dringenden Wünsche.
- Verbinden die Kreise, um zu sehen, welche Synergien deine Ideen schaffen.

Es ist in Ordnung, wenn alle oder einige Kreise leer sind. Es ist in Ordnung, wenn kein Kreis eine Verbindung herstellt. Füge deine eigenen Kreise hinzu, wenn du diese ausgeschöpft hast. Bringe dieses Dokument an einem Ort an, wo du es täglich sehen kannst.

Original template idea by Joadre

2. Meine Fähigkeiten und Stärken

Meine Fähigkeiten und Stärken



3. Ressourcen-Mapping

Ressourcen-Mapping

Schreibe 10 Personen oder Orte, Unternehmen, Organisationen usw., die du kennst, von denen du annimmst, dass sie dir helfen können, in die Kreise. Verbinde die Linien mit den Kreisen.

Titel des Projekts: _____

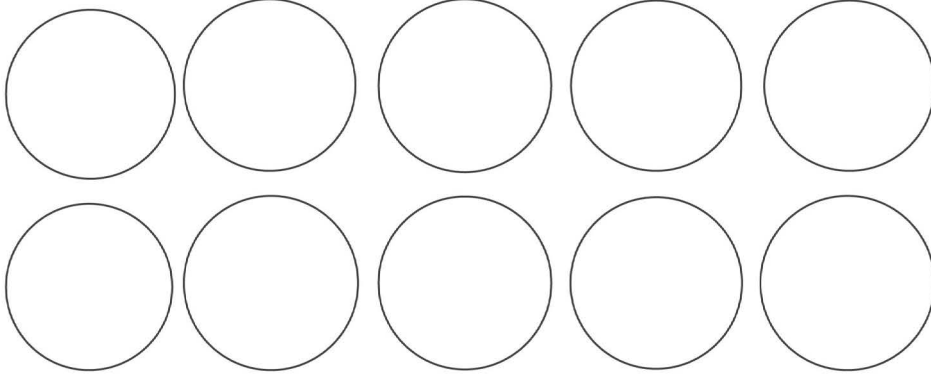
10 horizontal lines for writing names of resources.

A: Was hast du?

10 horizontal lines for writing names of resources.

B: Was hast du nicht?

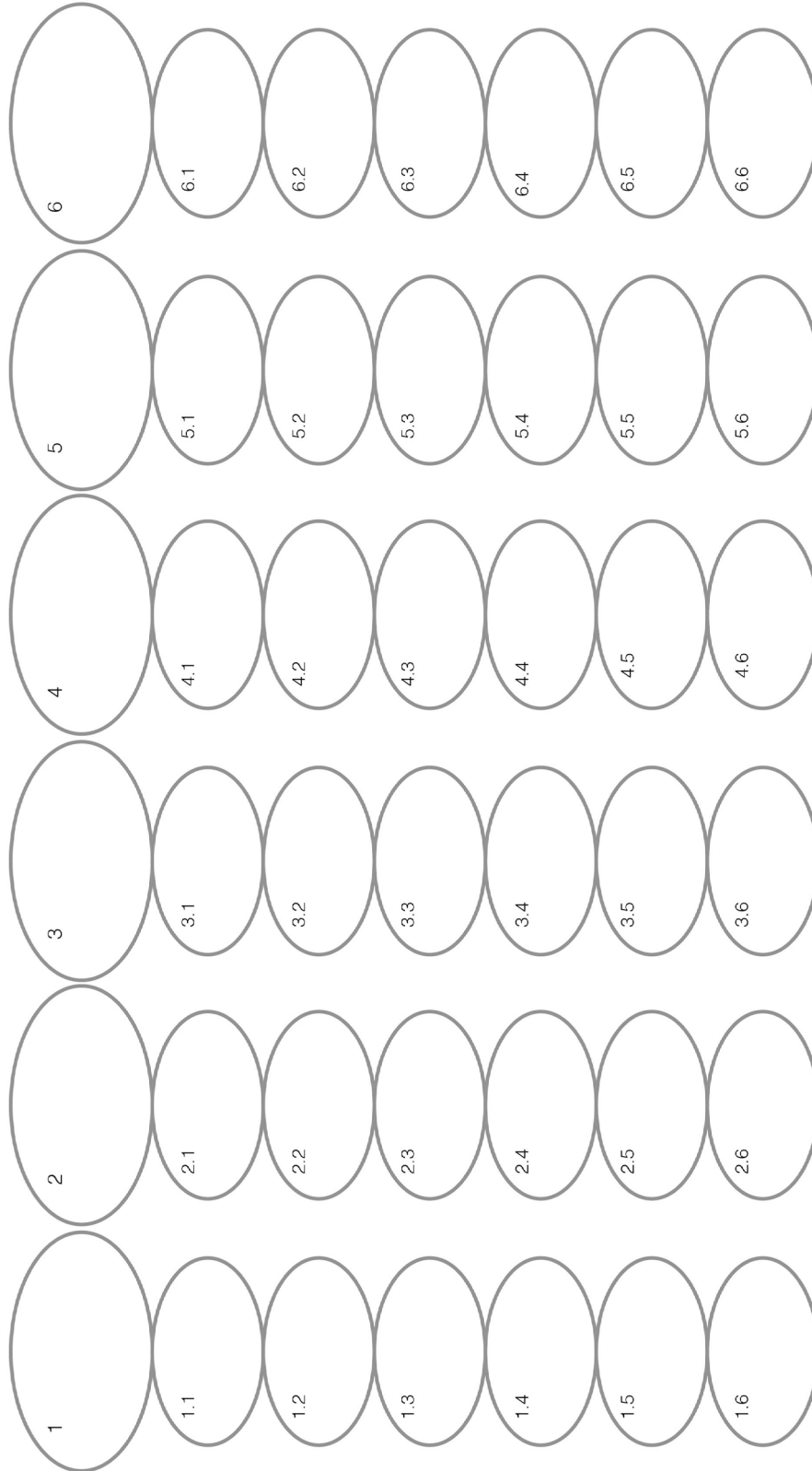
Vs



Original template design by Joadre

4. Projektstrukturplan

Projektstrukturplan

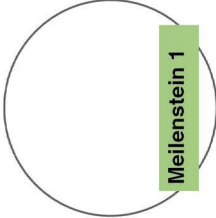




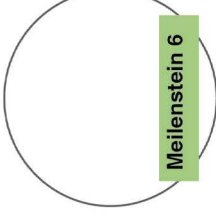


Wenn die Spalten in dieser Vorlage für dein Projekt nicht ausreichen und du deinen eigenen Projektstrukturplan schreiben musst, kannst du dir eine Vorlage mit einem Textverarbeitungsprogramm erstellen. Achte darauf, dass sich alle Arbeitspakete auf einer Seite befinden und dass die Arbeitspakete und Aufgaben nummeriert sind.

5. Roadmap

Roadmap

Titel des Projekts: _____ Zeitspanne: _____

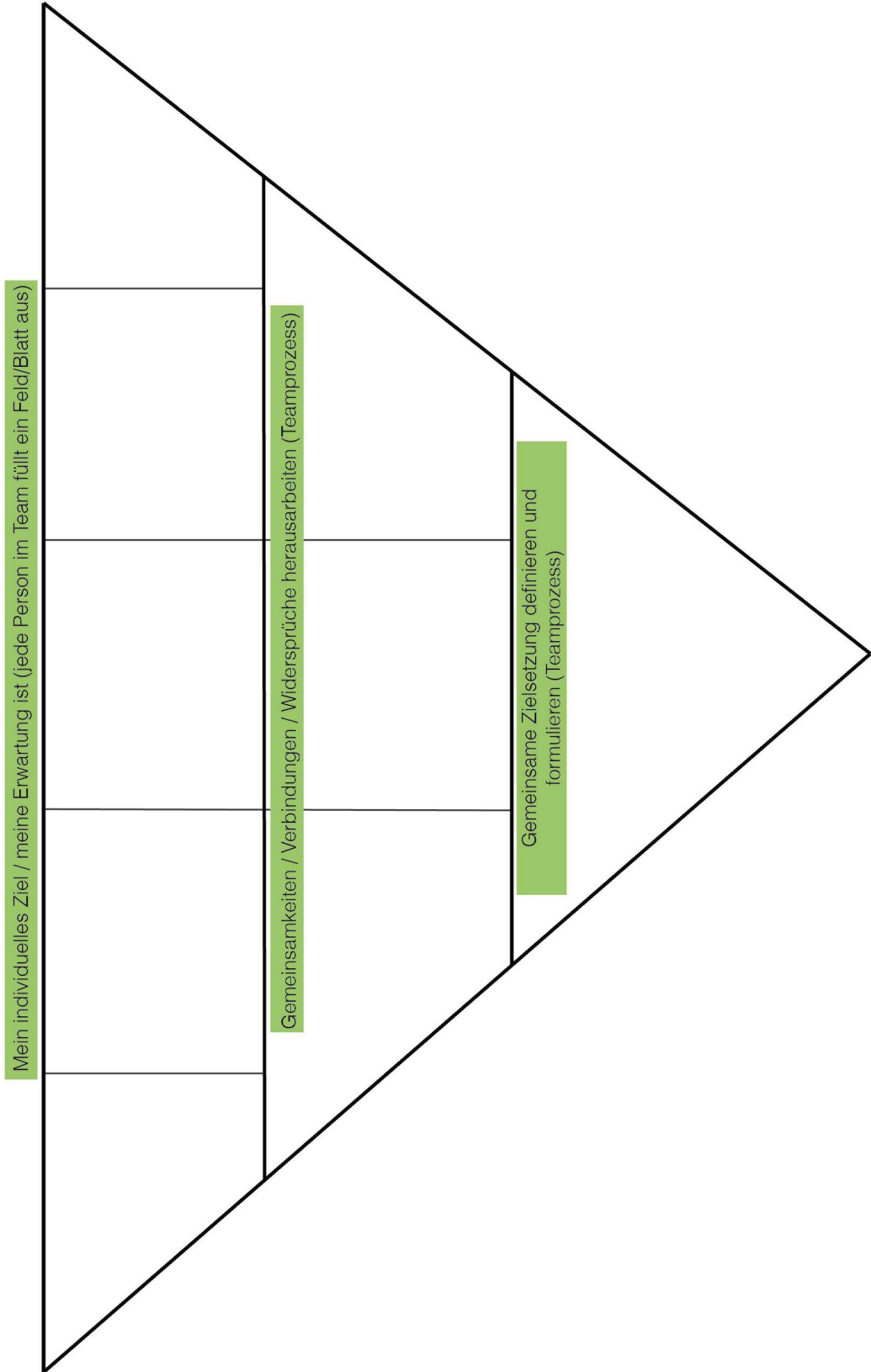
 Meilenstein 1	 Meilenstein 2	 Meilenstein 3	 Meilenstein 4	 Meilenstein 5	 Meilenstein 6	

Bestimme die Teilaufgaben, auf die du dich konzentrieren musst, damit diese Meilensteine erreicht werden.
Schreibe so viele auf, wie dir einfallen.

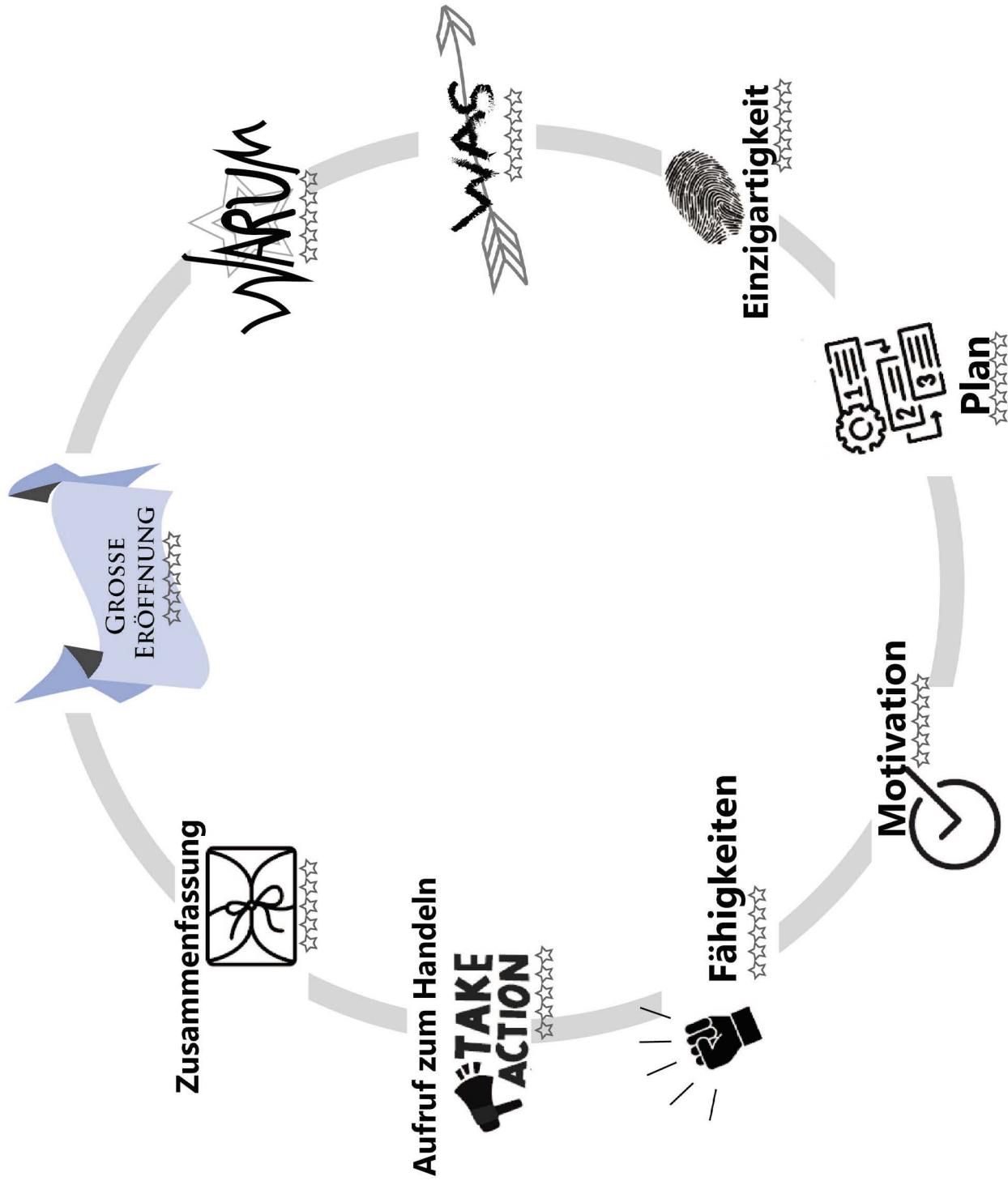
Original template design by Joadre

6. Teamfinding

**Eine gemeinsame Zielsetzung erarbeiten
(dies kann ggf. mehrfach für verschiedene Themenbereiche angewendet werden).**



7. Idea Pitch Canva



Original template design by Joadre

FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Regierungs- und Verwaltungsinstitutionen auf allen Ebenen bieten verschiedene Fördermöglichkeiten an, von der Europäischen Union bis hin zur Bezirksebene in deiner Stadt. Hier listen wir einige Institutionen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene in Deutschland (Berlin) und Österreich (Wien) auf. Wir haben uns bei der Auflistung der Institutionen auf die Themen Kultur und (politische) Bildung konzentriert. Du findest auch die Namen einiger großer Stiftungen in Deutschland und Österreich, die Projekte und Forschung in bestimmten Bereichen fördern. Wir haben hier einige Stiftungen namentlich aufgeführt, aber auch Websites, auf denen du nach weiteren Stiftungen suchen kannst.

Deutschland:

Staatsministerium für Kultur und Medien

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kunst-kulturfoerderung>

Kulturstiftung des Bundes

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kunst-kulturfoerderung>

Bundeszentrale für Politische Bildung

<https://www.bpb.de/die-bpb/foerderung/>

Förderprogramme des Bundeslands Berlin

<https://www.berlin.de/sen/kultur/foerderung/foerderprogramme/>

Förderdatenbank (Deutschlandweit & EU)

<https://www.foerderdatenbank.de/>

Fördermittel der Bundesländer

<https://www.foerdermittel-deutschland.de/bundeslaender/>

“Europa fördert Kultur”

<https://www.europa-foerdert-kultur.eu>

Stiftungssuche (Deutschlandweit)

<https://stiftungssuche.de/>

Österreich:

Transparenzportal Österreich, listet alle öffentlichen Förderprogramme nach Bereichen auf

<https://transparenzportal.gv.at/tdb/tp/situation/npo/>

Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport

<https://www.bmkoes.gv.at/Kunst-und-Kultur/informationen-fuer-kunstschaeffende/foerderungen.html>

Webseite, auf der aktuelle Ausschreibungen im künstlerischen Bereich aufgelistet werden:

<https://igkultur.at/service/kulturfoerderungen>

Österreichische Gesellschaft für Politische Bildung

<https://politischebildung.at/projektfoerderung/>

Wiener Magistratsabteilung für Kultur (MA7)

<https://www.wien.gv.at/kultur/abteilung/foerderungen/>

Wiener Magistratsabteilung für Integration und Vielfalt (MA 17)

<https://www.wien.gv.at/menschen/integration/foerderungen/index.html>

Wiener Bezirkskulturförderung:

<https://www.wien.gv.at/amtshelfer/kultur/projekte/subventionen/bezirk.html>

Liste aller Förderungen und Zuschüssen des Landes Wien (es sind sowohl Zuschüsse für private Ausgaben als auch Projektförderungen aufgelistet):

<https://www.wien.gv.at/amtshelfer/finanzielles/foerderungen/>

Sinnbildungsstiftung

<https://sinnbildungsstiftung.at/>

Hil Foundation

<https://www.hil-foundation.org/#start>

IMPRESSUM

YOU GOT THIS! - NETWORK, DEVELOP, EMPOWER!

Im Projekt „You Got This!“ wurden junge Erwachsene dabei unterstützt, ihre künstlerischen, (gesellschafts-)politischen, aktivistischen oder sozialen Projekte umzusetzen. Das Ziel war es, gemeinwohlorientierte Projekte, Projekte mit marginalisierten Communities und Projekte, die Partizipation fördern, zu unterstützen.

Von Frühjahr 2022 bis Sommer 2022 kamen im Rahmen der „You Got This!“ Projektwerkstätten in Wien und Berlin Künstler:innen, Aktivist:innen, Trainer:innen und Community Workers zusammen, um das Potenzial der Gruppe zu nutzen und ihre eigenen Projekte weiterzuentwickeln.

Grundprinzip von „You Got This!“ ist eine rassismuskritische sowie insgesamt diskriminierungskritische Haltung in der Umsetzung aller Projektschritte, einschließlich des Coaching Angebots für Teilnehmer:innen.



AfroPolitan Berlin ist ein intersektionales Schwarzes Community Projekt in Berlin-Kreuzberg. Durch vielfältige Plattformen und Wege erschafft es Freiräume für Entwicklung, Erkundungen und Entfaltung Schwarzer und afrodiasporischer Menschen - vom Persönlichen bis zum Gemeinschaftlichen, dem Gesellschaftsübergreifenden und Beruflichen.



Im **Kulturhaus Brotfabrik** entstehen Kunst und Kultur von allen für alle. Das Kulturhaus setzt sich im Rahmen von künstlerischen Projekten mit dem Stadtteil auseinander und bietet der Nachbarschaft Möglichkeiten, miteinander in Kontakt zu kommen und Neues entstehen zu lassen.



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Erasmus+ Kleine Partnerschaften 2021-1-AT01-KA210-ADU-000034051

Layout and Graphic Design:

Luna Almousli, Esti Cadavid Lizarralde

Illustrationen:

Esti Cadavid Lizarralde