



Online-Fundraising: Spenden sammeln, Kampagnen starten, Sponsoren finden

Impressum

Herausgeber:
Deutschland sicher im Netz e.V. (DsiN)
Projekt digital verein(t)

Projektleitung:
Dr. Nils Weichert (DsiN)

Geschäftsführung:
Dr. Michael Littger (V.i.s.d.P.)
Albrechtstraße 10c
10117 Berlin
+49 (0) 30 767581-500
www.sicher-im-netz.de

Erscheinungsjahr: 2021

Redaktion:
Dr. Elisabeth Maria Hofmann,
Henning Baden, Daniel Lehmann

Lektorat:
Lilian Misao Grote, Johanna Gabriel,
Franziska Groß

Gestaltung und Satz:
freistil grafik&design, München

Projektpartner:
Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen/
-Zentren/ Koordinierungszentren
Bürgerschaftliches Engagement Bayern (lagfa)

Projektleitung:
Lilian M. Grote (lagfa bayern e.V.)

Digital verein(t) in Bayern ist ein Landesprojekt im Bundesnetzwerk Digitale Nachbarschaft, das in enger Kooperation mit lagfa bayern e.V. durchgeführt wird. Das Projekt wird vom Bayerischen Staatsministerium für Digitales (StMD) gefördert. Es unterstützt ehrenamtliches Engagement und Vereine in ganz Bayern bei der sicheren und kompetenten Nutzung digitaler Angebote.

© Alle Inhalte stehen unter dem Creative-Commons-Nutzungsrecht CC-BY-SA:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>

Dieses Handbuch berücksichtigt die Grundlagen der „Cyberfibel – Für Wissensvermittler:innen in der digitalen Aufklärungsarbeit“, ein Angebot von Deutschland sicher im Netz e.V. (DsiN) und dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI).

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium
für Digitales



Ein Projekt von



In Zusammenarbeit mit





Online-Fundraising: Spenden sammeln, Kampagnen starten, Sponsoren finden

Handbuch von digital verein(t)

Die fünf Themenbereiche von digital verein(t) kommen direkt aus der Praxis des freiwilligen Engagements. Mit den digital verein(t)-Handbüchern zu den Themen „Öffentlichkeitsarbeit im Verein“, „Verwaltung im Verein“, „Zusammenarbeit im Verein“, „Finanzen im Verein“ und „Digitale Trends im Verein“ macht sich Ihr Verein fit fürs Netz.



Inhalt

Über dieses Handbuch	06
1 Online- & Mikrospenden: Serios im Netz Geld sammeln	07
2 Crowdfunding & Spendenkampagne: Online für das eigene Projekt werben	13
3 Sponsoring & Förderung: Online für das eigene Projekt werben	19
Checkliste: 10 Tipps: Online Spenden sammeln – aber sicher!	25
Über digital verein(t) und seine Partner:innen	26
Mehr digitale Themen	27

Über dieses Handbuch

Wenn dem Münzsammlerverein mal das Kleingeld ausgeht, kann es passieren, dass sich die Mitglieder mehr mit dem leeren Vereinskonto beschäftigen als mit ihren vollen Sammelalben. Die Spendendose auf dem Straßenfest hat zwar nicht ausgedient, digitale Alternativen werden aber immer wichtiger. Mikrospenden und Crowdfunding-Plattformen setzen wie die Sammelbüchse auf das Prinzip „Kleinvieh macht auch Mist“: Durch viele kleine Einzelbeiträge lassen sich größere Summen erzielen, um sinnvolle Projekte umzusetzen. Geld liegt für Vereine und Engagierte selten auf der Straße. Ein Fahrplan im Sinne einer Kampagnenstrategie erhöht daher die Chance, erfolgreich ans Ziel zu kommen. Und manchmal können auch

staatliche Förderprogramme und starke Partner:innen bei der Finanzierung helfen.

Digital verein(t) hat zehn Tipps formuliert, die dabei helfen, die digitalen Chancen für den eigenen Verein sicher zu nutzen. Im ersten Kapitel geht es um die unterschiedlichen technischen Möglichkeiten, online Spenden zu sammeln. Das zweite Kapitel erläutert, wie Crowdfunding funktioniert und was zu einer erfolgreichen Spendenkampagne gehört. Und schließlich zeigt das dritte Kapitel, wie Unternehmen und Stiftungen als Partner gewonnen und staatliche Förderprogramme zur Finanzierung der Projekte genutzt werden können.

In den digital verein(t)-Kästen befinden sich kurze und praktische Hilfsmittel:



Informieren

Hier werden Fachbegriffe verständlich erklärt.



Machen

Hier werden digitale Werkzeuge vorgestellt, welche sofort verwendet werden können.*



Üben

Hier gibt es Übungsaufgaben, um das neue Wissen anzuwenden.



Weiterlesen

Hier werden Websites und digital verein(t)-Handbücher mit weiterführenden Informationen empfohlen.

* Die ausgewählten Werkzeuge sind bevorzugt frei zugänglich und zumindest in der Basisversion unentgeltlich. Sie arbeiten außerdem datensparsam, transparent und möglichst werbefrei. Die Aufzählung verschiedener Alternativen folgt keiner Rangfolge, sondern ist alphabetisch geordnet.

Online- & Mikrospenden

Online- & Mikrospenden: Seriös im Netz Geld sammeln

Welche Möglichkeiten gibt es, online zu spenden? Wie finden sich im Internet Spender:innen für einen Verein? Und was ist ein Spendenmodul? Für Online-Fundraising ist kein Expertenwissen aus der Finanzbranche notwendig, es genügt ein grundlegendes Handwerkszeug der Bezahlmethoden.

Was ist Fundraising?

Fundraising (auf Deutsch: Mittelbeschaffung) bedeutet, Spenden für **gemeinnützige Zwecke** einzuwerben. Die Mittel, die auf diese Weise beschafft werden, sind also nicht an eine Gegenleistung geknüpft. Zum professionellen Fundraising gehört, gezielt Aktionen zu planen und durchzuführen, um die benötigten Geld-, Sach- oder Dienstleistungen zu beschaffen. Dabei können verschiedene Maßnahmen zum Einsatz kommen:

Kontaktarbeit via Telefon, E-Mail, Post oder im persönlichen Gespräch;

langfristige Bindung von Spender:innen (beispielsweise durch Patenschaften);

werbliche Spendenaufrufe in Massenmedien oder durch Charity-Events;

Spendenaufrufe und -formulare auf der Website oder in sozialen Netzwerken;

Crowdfunding (mehr dazu im zweiten Kapitel).

Über das Internet lassen sich Spenden besonders einfach und direkt auslösen – ob Groß- oder Kleinspenden, ob per Dauerauftrag, Lastschrift oder Kreditkarte. Online-Fundraising hat dabei mehrere Vorteile:

Jüngere Zielgruppen sind über das Internet besser zu erreichen.

Soziale Netzwerke bieten die Möglichkeit des **direkten Dialogs**.

Kommunikationsmaßnahmen im Onlinebereich kosten oft weniger als vergleichbare Offline-Ideen.

Alle Maßnahmen im Netz sind **mess- und kontrollierbar** durch Webanalysen und Tracking.

Tipp 1 / **Etablierte Anbieter Für das Zahlverfahren wählen.**

Die Transaktion von Spenden im Internet funktioniert in der Regel über ein sogenanntes **Spendenmodul**. Dafür sollten nur sichere Zahlverfahren angeboten werden wie beispielsweise Überweisung, Lastschriftverfahren, Kreditkarte und Treuhanddienste. Solche als sicher bekannten Zahlverfahren erhöhen die Spendenbereitschaft. Zudem festigen etablierte Zahlungsanbieter das Vertrauen in die Organisation.



Ausführliche Informationen zu sicheren Zahlungsarten im Netz sind im digital verein(t)-Handbuch „Finanzen im Netz: Online einkaufen, bezahlen und Gelder verwalten“ zu finden.

Tipp 2 / **Ein sicheres Spendenmodul für die Vereins-Website verwenden**

Spendenmodule in Form von dauerhaften Spendenbuttons, Formularen oder Kampagnen-Bannern auf der Website machen Online-Zahlungen besonders bequem. Neben der Nutzerfreundlichkeit sind hier vor allem Sicherheitsaspekte zu beachten. Die folgende Checkliste hilft dabei, das richtige Modul auszuwählen:

Zahlungssicherheit

Wie im Online-Handel steigt mit dem Umfang der Zahlungsmöglichkeiten die Zahlungsbereitschaft. Deshalb ist es gut, den Spender:innen möglichst verschiedene sichere Zahlungsmöglichkeiten anzubieten.

Datenschutz

Ein Hinweis auf die strengen Datenschutzrichtlinien des Vereins ist wichtig. Dabei sollten personenbezogene Daten nur für die Spendenabwicklung verwendet werden. Eine zusätzliche Kommunikation (wie beispielsweise für einen Newsletterversand) sollte von den Spender:innen gegebenenfalls separat bestätigt werden.

Adressdaten

Das Formular sollte die Adressdaten vollständig erfassen, so dass eine Spendenbescheinigung verschickt werden kann. Nach dem Grundsatz der Datensparsamkeit sollten nur die wirklich notwendigen Daten erfasst werden.

Höhe der Spende

Verschieden hohe Spendensummen, aber auch eine freie Eingabe des Betrags, erleichtern den Interessierten, an den Verein zu spenden.

Einmal oder regelmäßig

Interessierte sollten die Möglichkeit haben, einmalig zu spenden oder aber auch ein dauerhaftes Engagement einzugehen.



Auf der Spendenplattform **betterplace.org** entstehen bei Einrichtung und Nutzung eines Spendenbuttons weder für Spender:innen noch für die Organisation Kosten. Mit diesen Schritten wird ein Spendenbutton eingerichtet:

1. Projekt bei betterplace.org anlegen
2. Spendenformular individualisieren
3. HTML-Code kopieren und auf der Vereinswebsite und/oder Facebook-Fanpage einbinden

Auch der Spendenbutton bei **Facebook** ist für gemeinnützige Organisationen und Spender:innen kostenfrei. Das sind die Schritte, um einen Spendenbutton einzurichten:

1. Organisationsseite auf Facebook einrichten
2. Als gemeinnützige Organisation für Facebook-Zahlungen registrieren
3. „Spenden“-Button auf der Seite hinzufügen und Spenden auswählen

Das Spendenportal **HelpDirect** stellt kostenfrei Spendenformulare zur Verfügung, welche sich auf der Vereinswebsite einfach einbinden lassen. Das Formular ist individuell anpassbar und bietet neben der Erstellung von Spendenzertifikaten auch eine Möglichkeit der Spenderverwaltung. Ein Spendenformular wird wie folgt eingerichtet:

1. Verein bei HelpDirect über die Partnerorganisation HelpMundo registrieren:
> helpdirect.org/informationen/chancen-fuer-organisationen
2. Spendenformular individuell anpassen
3. HTML-Code des Formulars auf der Vereinswebsite einbinden

Der Spendenbutton von PayPal ist vom TÜV Saarland geprüft und für Spender:innen kostenfrei. Die Transaktionsgebühren für Organisationen betragen 1,5 Prozent der Spendensumme zuzüglich 0,35 Euro pro Transaktion (Stand: August 2019). Hier ist die Anleitung, um einen PayPal-Spendenbutton einzurichten:

1. Charity-Geschäftskonto bei Paypal einrichten
2. PayPal-Zahlungsbutton erstellen
3. Spendenbetrag festlegen
4. HTML-Code auf Website einbinden (Hinweise dazu im „Integration-Center“)

Micropayment-Systeme für kleine Spenden

Mit dem Begriff Micropayment (auf Deutsch: Kleinbetragszahlung) werden Zahlverfahren für **geringe Summen** von 1 Cent bis 5 Euro bezeichnet. Unter anderem verdienen sich Blogger:innen und Podcaster:innen darüber ein Zubrot. Auch im gemeinnützigen Spendenwesen ist Micropayment attraktiv, da auf diese Weise online gewissermaßen im Vorbeigehen gespendet werden kann. Herkömmliche Zahlverfahren wie Kreditkarte oder Lastschrift sind hierfür ungeeignet, da die Kosten für die Zahlungsabwicklung oftmals den Wert der Spende übersteigen. Auch für spontane Spender:innen ist es wichtig, dass sie ihre Spenden schnell und sicher abgeben können.

Bei allen Micropayment-Systemen müssen sich Spender:innen nur einmalig bei dem Zahlungsanbieter ihrer Wahl anmelden und dadurch die Bank- oder Kreditkartendaten nicht immer wieder eingeben und übertragen. Das reduziert die Gefahr, dass Schadprogramme diese Daten abgreifen. Wenn doch einmal Konto- oder Kreditkarteninformationen abgefragt werden, muss darauf geachtet werden, dass dies über eine verschlüsselte Verbindung geschieht. Erkennbar ist das in der Adresszeile des Browsers anhand des Kürzels „https“ vor der Internetadresse.

Beim Micropayment gibt es drei Varianten:

1. Vorausbezahlte Systeme

Die Spende wird im Voraus hochgeladen, das Guthaben ist also garantiert, zum Beispiel durch Pre-Paid-Verfahren mit virtuellen Konten.

2. Inkassosysteme

Bei diesem auch Billingsystem genannten Service werden zunächst eine Reihe von Einzelspenden gesammelt und dann mit herkömmlichen Zahlverfahren als Gesamtsumme ausgezahlt. Die Auszahlung erfolgt, wenn sich ein bestimmter Betrag angesammelt hat oder nach Ablauf einer bestimmten Zeitspanne. Dieses Verfahren senkt die Kosten pro Transaktion.

3. Mobilfunkbasierte Systeme

Diese Systeme werden über mobile Endgeräte abgewickelt. Sie ermöglichen die ortsunabhängige mobile Bezahlung.

Mobiles Spenden

Zu den mobilfunkbasierten Micropayment-Systemen gehört die SMS-Spende. Dafür ist kein internetfähiges Handy nötig. Die Spende wird einfach per Handyrechnung abgebucht, wobei nur eine kleine Gebühr an den Mobilfunkanbieter fällig wird. SMS-Nachrichten erreichen alle Altersgruppen, allerdings besteht hier auch häufig die Sorge vor versteckten Kosten.



Die Preis- beziehungsweise Betragsangaben der vorgestellten Spendentools entsprechen dem Stand im August 2019. Die aktuellen Zahlen sind können auf den Anbieter-Websites direkt geprüft werden.

Mit **Altruja** können Spendenvolumen von 5.000 bis zu 50.000 Euro gesammelt werden. Spender:innen haben die Möglichkeit, 3, 5 oder 10 Euro zum Erreichen der Gesamtsumme beizutragen. Die Kosten liegen für den Verein, der zur Spende aufruft, je nach gewünschtem Paket bei 45 bis 279 Euro pro Monat. Spender:innen erhalten eine Dankes-SMS. Altruja bietet weitere Online-Spenden-Werkzeuge an wie Formulare oder Buttons für die Website.

> altruja.de

Mit der Charity-SMS der **Burda Direct Gruppe**, einem Tochterunternehmen des Medienkonzerns Hubert Burda Media, können Beträge zwischen 1 und 10 Euro gesammelt werden. Von dem festgelegten Betrag werden 0,17 Euro als Servicepreis einbehalten. Für die Kennworteinrichtung fällt eine einmalige Pauschale in Höhe von 25 Euro an. Beträgt die Ausschüttung nach einer Laufzeit von 3 Monaten weniger als 500 Euro, wird eine Setup-Gebühr von 150 Euro zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer in Rechnung gestellt. Der Begriff Spende darf bei der Nutzung der Charity-SMS nicht verwendet werden, da die damit assoziierten steuerlichen Vergünstigungen hier nicht gelten.

> burdadirect.com/charitysms

Auch bei **Grün Spendino** kann zwischen 1 und 10 Euro gespendet werden, dafür erhalten Spender:innen ebenfalls eine Dankes-SMS. Die Kosten für den Verein liegen zwischen 25 und 249 Euro pro Monat. Hinzu kommt eine einmalige Einrichtungsgebühr in Höhe von 100 Euro, sollte die Vertragslaufzeit unter 24 Monaten liegen. Auch im Programm: SMS-Banner, SMS-Widget, SMS-App für Facebook Fanseiten.

> gruen.net

Für die **QR-Code-Spende** ist eine Internetverbindung notwendig und es muss ein QR-Code-Scanner auf dem genutzten Gerät installiert sein. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielseitig: Der Code kann die Spender:innen beispielsweise auf eine Website oder ein Spendenformular weiterleiten, einen Anruf oder den Versand einer SMS auslösen oder auch zu einer PayPal-Aktion führen.



QR-Code-Beispiel mit Link zur Webseite von digital verein(t).



Ein **QR-Code** (Quick Response, auf Deutsch: schnelle Antwort) ist eine zweidimensionale Version des Barcodes, wie er auf jeder Produktverpackung im Supermarkt zu finden ist. Ein QR-Code besteht aus einem schwarz-weißen Pixelmuster in quadratischer Form. In diesem Code sind Informationen gespeichert, die mit einem entsprechenden Lesegerät, der Scanner-App auf dem Smartphone (manche Geräte

können QR-Codes auch direkt in der Kamera-App lesen), unmittelbar zugänglich sind. Statische QR-Codes führen immer wieder dieselbe Aktion aus. Dynamische Codes können im Nachhinein noch beliebig oft angepasst werden. Das Code-Muster bleibt dabei unverändert.



Im Internet gibt es zahlreiche Generatoren, die QR-Codes erstellen können. Im Folgenden werden drei besonders datensparsame Anbieter vorgestellt:

Bei **goQR.me** weisen die Codes nach Angaben des Unternehmens keine Tracking-Mechanismen auf. Auch die Inhalte der Codes werden nicht auf den Firmen-Servern gespeichert. Das Programm kann beispielsweise eine SMS oder eine URL einpflegen, aber auch eine MP3 abspielen lassen oder einen GPS-Punkt ausgeben.

> goqr.me

Eine weitere Plattform ist **the-qrcode-generator.com**. Hier können Texte, Webadressen, Kontaktdaten und Telefonnummern in einen QR-Code transformiert werden. Nach eigenen Auskünften des Dienstes werden beim Scannen der QR-Codes keine Daten gesammelt, übertragen oder gespeichert.

> the-qrcode-generator.com

Auch bei **Euroweb** lassen sich QR-Codes kostenlos generieren. Hinterlegt werden können unter anderem Adressen von Websites, E-Mail-Adressen, Texte, Twitter-Kontakte oder Telefonnummern. In einem nächsten Schritt lassen sich das Design und die Farbe des QR-Codes anpassen. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Düsseldorf, macht allerdings keine Angaben darüber, welche Daten gesammelt werden.

> euroweb.de/qr-code-generator

Die **NFC-Spende** ist eine besonders intuitive und schnelle Spendenform. Es wird keine spezielle App benötigt, allerdings muss das verwendete Gerät NFC-fähig und online sein. Sogenannte NFC-Tags beziehungsweise -Chips können in Werbeplakaten oder Ansteckbuttons eingesetzt werden und dann durch Ranhalten des Smartphones die Nutzer:innen direkt auf eine Spendenseite führen. Abgerechnet wird direkt über den Mobilfunkanbieter.



NFC (Near Field Communication, auf Deutsch: Nahfeldkommunikation) ist eine Funktechnik, die es ermöglicht, Daten zwischen Geräten über eine kurze Entfernung auszutauschen. Die Kommunikation zwischen den Geräten erfolgt dabei kontaktlos.

Besonders bekannt geworden ist die NFC-Spende der Kampagne von Amnesty International unter dem Motto „Ranhalten für Menschenrechte“ im Dezember 2014. Online finden sich dazu verschiedene Berichte und Videos.



Frei beschreibbare NFC-Tags stehen online günstig zum Verkauf. Bei vielen Anbietern gibt es Starter-Kits bestehend aus Stickern, Schlüsselanhängern und Karten. Wenn der eigene Verein sich bereits für eine NFC-Technologie entschieden hat, ist es sinnvoll, sich auf eine Kategorie zu konzentrieren. Dabei ist zu beachten, dass nicht alle NFC-Tags mit allen NFC-fähigen Smartphones kompatibel sind. Darüber informiert die **Kompatibilitätsliste** von nfc-tag.de.

> nfc-tag.de/kompatibilitaetsliste

Auf **nfc-tag.de** können verschiedene NFC-Tags erworben werden. Für Einsteiger:innen eignen sich beispielsweise die angebotenen Starter-Kits. Die schlichten Schlüsselanhänger, Münzen und Karten sind aber auch separat erhältlich.

> nfc-tag.de

Der **NFC-Tag-Shop** bietet ein umfangreiches Produktsortiment, darunter Aufkleber, Anhänger, Karten, Armbänder, Münzen und Magnete. Die Artikel können einzeln oder als fertig zusammengestellte Sets erworben werden. Auch individuelle Anfertigungen sind auf Nachfrage möglich.

> nfc-tag-shop.de

Ein ebenfalls umfangreiches Produktportfolio bietet **ShopNFC**, der neben Stickern, Karten und Armbändern auch Schlösser mit NFC-Zylinder oder Timer zur Zeiterfassung anbietet.

> shopnfc.com/de



Crowdfunding & Spendenkampagne

Crowdfunding & Spendenkampagne: Online für das eigene Projekt werben

Mit welchen Projekten hat eine Organisation Erfolg auf einer Spendenplattformen? Was ist beim Crowdfunding rechtlich zu berücksichtigen? Und welche einzelnen Schritte gehören zu einer Spendenkampagne? Auf der Suche nach der passenden Finanzierung lohnen sich auch Sammelaktionen über das Internet.

Was ist Crowdfunding?

Der Begriff Crowdfunding setzt sich aus den englischen Begriffen „crowd“ für Menschenmenge und „funding“ für Finanzierung zusammen. Diese Art der Finanzierung wird deshalb auch als **Schwarmfinanzierung** übersetzt. Mit jeweils kleinen Einzelbeträgen bringen viele einzelne Personen als stille Beteiligte zusammen eine größere Summe Geld auf, mit der Projekte realisiert oder Produkte entwickelt werden. Der Aufruf zu solchen Sammelaktionen erfolgt über spezielle Crowdfunding-Websites.

Tipp 3 / Vor dem Start der Crowdfunding-Kampagne die spendenrechtliche Beurteilung klären.

Zahlungen im Rahmen eines klassischen Crowdfundings sind keine Spenden, da in der Regel eine **materielle Gegenleistung** erbracht wird. Das heißt, die Beiträge können spendenrechtlich nicht geltend gemacht werden und seitens der Empfänger:innen handelt es um einen steuerlich-wirtschaftlichen Betrieb.

Einige Plattformen bieten hingegen bei gemeinnützigen Organisationen auch die Möglichkeit einer Spende an. Wenn die Spendensammlung zu einem bestimmten Anlass mit einem festen Zielbetrag erfolgt, der nur bei Erreichen an den Veranstalter weitergeleitet wird

(Alles-oder-Nichts-Prinzip), ist ein **Spendenabzug** möglich. Der/die Empfänger:in muss dabei allerdings als gemeinnützige Organisation anerkannt beziehungsweise als steuerbegünstigte Körperschaft gemeldet sein und auch das Portal darf dafür nicht entlohnt werden.



Die rechtliche Grundlage für das Crowdfunding bildet das **Kleinanlegerschutzgesetz**. Demnach müssen Crowdfunding-Portale dafür Sorge tragen, dass Investor:innen über Risiken informiert werden. Fragen und Antworten zu den einzelnen Bestimmungen des Gesetzes gibt es auf der Website des Bundesministeriums für Verbraucherschutz. Über die Suchfunktion des Stichworts „Kleinanlegerschutz“ ist der Artikel „Verbesserung des Schutzes von Kleinanlegern“ zu finden.

> bmjv.de

Auf der Website des Bundesfinanzministeriums steht der gesamte Gesetzestext als Download zur Verfügung. Ebenfalls dort zu finden, ist das im Dezember 2017 vom Ministerium veröffentlichte Schreiben zur „Spendenrechtlichen Beurteilung von Crowdfunding“.

> bundesfinanzministerium.de

Tipp 4 / Bei der Entscheidung für eine Crowdfunding-Plattform: Zielgruppe der Spendenkampagne beachten.

Crowdfunding lohnt sich nur, wenn die Zielgruppe regelmäßig online und offen für diesen Weg der Ansprache ist. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, sich vorab einen Überblick über die unterschiedlichen Nutzergruppen und inhaltlichen Schwerpunkte der Plattformen zu verschaffen, um ein Projekt an der richtigen Stelle, das heißt möglichst öffentlichkeitswirksam zu platzieren. Dabei eignet sich nicht immer die größte Plattform, sondern eine thematisch begrenzte, kleinere Plattform. Bei der Suche nach der passenden Crowdfunding-Plattform hilft es insbesondere auch zu schauen, welche anderen Projekte die Plattform bereits unterstützt und ob diese mit den Ethik-Standards des eigenen Vereins übereinstimmen.



Zur Übung: Vor der nächsten Spendenkampagne ist eine Analyse der Zielgruppe hilfreich: Wer sind die aktuellen Förderer, Mitglieder, Mitarbeiter:innen und Ehrenamtlichen? Wer soll gezielt angesprochen werden? Dabei sollten auch beteiligte Personen und Institutionen im Umfeld des eigenen Vereins bedacht werden wie zum Beispiel staatliche Stellen, Behörden, Nachbar:innen. Welche Kanäle könnten sich zur Spendensammlung eignen?



Eine Übersicht über eine Vielzahl existierender Plattformen sind auf dem Crowdfunding Informationsportal gelistet. Das Portal hilft auch bei der gezielten Suche nach einer geeigneten Spendenplattform:

> crowdfunding.de/plattformen

99 Funken ist eine von den regionalen Sparkassen initiierte Crowdfunding-Plattform, die vor allem regional ansässige Vereine, Firmen und Privatpersonen unterstützen möchte. Diesen wird bei der Umsetzung ihrer Finanzierungsprojekte weitere Hilfe angeboten, etwa in Form von persönlicher Beratung oder bei der Planung von Kommunikationsmaßnahmen.

> 99funken.de

Auch die Volksbanken Raiffeisenbanken fördern mit ihrem Programm "Viele schaffen mehr" Projekte von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen aus der Region.

> vr.de/privatkunden/was-wir-anders-machen/engagement/crowdfunding.html

Eine bekannte Crowdfunding-Plattform ist betterplace.org. Auf der gemeinnützigen Plattform können sich Vereine und Privatpersonen kostenlos anmelden und Spenden für ihre Projekte sammeln.

> betterplace.org/de

Startnext gilt im deutschsprachigen Raum als die größte Finanzierungsplattform. Von der Gründung im Jahr 2010 bis 2019 wurden allein dort über 60 Millionen Euro eingesammelt.

> www.startnext.com

International bekannte Plattformen sind beispielsweise Indiegogo und Kickstarter.

> indiegogo.com

> kickstarter.com

Tipp 5 / **Vor der Entscheidung für eine Plattform die Datenschutzbestimmungen prüfen.**

Bevor man sich für eine Crowdfunding-Plattform entscheidet, sollte unbedingt deren Arbeitsweise anhand der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) geprüft werden. Besonders wichtig sind dabei datenschutzrechtliche Aspekte:

Wie wird die Sicherheit des Zahlungsverkehrs gewährleistet?

Wie werden die Daten der Spender:innen geschützt?

Was passiert mit den Daten nach Abschluss des Projekts?

Wer hat Zugriff auf die Daten und wie sind die Zugriffsrechte geregelt?



Zur Übung: Wie wird bei anderen Crowdfunding-Plattformen mit dem Thema Datenschutz umgegangen? Ist das Thema prominent auf deren Website platziert und in angemessener Ausführlichkeit dargestellt?

Tipp 6 / Vorab prüfen, welche Gebühren auf der Plattform anfallen und ob Spendenquittungen ausgestellt werden können.

Eine seriöse Crowdfunding-Plattform sollte zudem die folgenden Fragen eindeutig beantworten:

Wer zahlt die Transaktionsgebühr für Spenden mit Kreditkarte oder PayPal?

Erhält der Verein eine Spenderübersicht, Spenderstatistiken und -analysen und wie erfolgt der Datenexport?

Gibt es die Möglichkeit, Spendenquittungen auszustellen?

Wie hoch sind die Gebühren der Plattform für den Service?

In welchen Fällen wird Spender:innen Geld zurückgegeben (beispielsweise bei Nichterreichen der Zielsumme)?

Tipp 7 / Die einzelnen Schritte der Spendenkampagne sorgfältig planen.

Unabhängig von der gewählten Fundraising-Methode gehören zu einer erfolgreichen Spendenkampagne immer drei grundlegende strategische Schritte:

1 Vereinswebsite als Basis: Ein gut sichtbarer und leicht nutzbarer Spendenbutton auf der Website ist ein erster und wichtiger Anlaufpunkt für interessierte Spender:innen. Hier sollten sich auch anschauliche Informationen zum Projekt, zur Spendenaktion und zum Spendenziel finden.



Ausführliche Informationen zur Erstellung und Verwaltung einer Vereinswebsite sind im digital verein(t)-Handbuch „Homepage: Sicher gestalten, organisieren und pflegen“ zu finden.

2 Spendenaktion und -mittel entwickeln: Spendenaktionen erreichen oft eine größere Öffentlichkeit. Eine solche Aktion kann ein Aufruf sein, aber auch ein Wettbewerb, eine sportliche Herausforderung oder ein Benefizkonzert. Hierbei sollte zudem das sichere Zahlungsverfahren festgelegt sein.

3 Verbreitung über die Website und soziale Netzwerke: Mitglieder, Freund:innen, Medien, Facebook-Fans und Twitter-Follower:innen sollten über die aktuelle Spendenaktion informiert sein.

Dabei ist auf eine gezielte und dialogorientierte Kommunikation zu achten, um von einem Multiplikationsprinzip zu profitieren. Wenn Nutzer:innen die Aktion teilen, werden viele potenzielle



Im digital verein(t)-Handbuch „Soziale Netzwerke: Kennenlernen, nutzen und souverän kommunizieren“ ist erklärt, was bei der Kommunikation über soziale Netzwerke zu beachten ist.

Tipp 8 / **Das Spendenprojekt transparent und ansprechend kommunizieren.**

Nur ein Teil der Crowdfunding-Projekte ist erfolgreich und erreicht die gewünschte Summe. Folgende Punkte erhöhen die **Chance auf einen Erfolg**:

Attraktivität des Projekts

Ein öffentlichkeitswirksames Thema eignet sich besser als eine Spendensammlung für beispielsweise Verwaltungsaufgaben. Zudem sollte die eigene Kampagne möglichst individuell gestaltet sein. Ein spannender, kreativer Aufruf, der sich von anderen abhebt, wird eher beachtet als eine generelle Bitte um Unterstützung für das Vereinsleben. Wichtig ist in dem Zusammenhang, dem Projekt wortwörtlich ein Gesicht zu geben. Ein Aufzeigen, wer im Verein aktiv ist, welche Eigenheiten für den Verein stehen, wie viel Leidenschaft die Engagierten für die Sache empfinden und warum die Unterstützung durch andere an dieser Stelle so wichtig ist.

Gute Kommunikation

Die Plattformbetreiber:innen sind nicht für die Kommunikation zuständig, das muss der Verein oder die Organisation selbst übernehmen. Informationen über die Höhe der gewünschten Spende,

ob diese einmalig oder regelmäßig erfolgt, wie die Zahlungsmodalitäten sind, sowie über die Sicherheit und den Datenschutz bei der Zahlung sollten für potenziellen Spender:innen leicht einsehbar sein. Es sollte jederzeit klar sein, wofür genau gespendet wird. Auf Fragen zum Projekt sollte schnellstmöglich eingegangen werden. Damit wird Vertrauen geschaffen und bewiesen, dass das Vorhaben den Initiator:innen am Herzen liegt und auch bei möglicherweise unangenehmen Fragen bereitwillig Auskunft gegeben wird.

Multimediale Elemente

Nahezu alle erfolgreichen Kampagnen setzen Videos oder Fotos ein, um das Projekt zu erklären und auch sich selbst vorzustellen. Insbesondere, wenn etwas erst noch entstehen soll, ist es wichtig, den Förder:innen eine greifbare Vorstellung davon zu geben, wofür sie sich konkret einsetzen. Um zu zeigen, dass es vorwärts geht, sollten regelmäßig Updates zum aktuellen Stand veröffentlicht werden. Das freut diejenigen, die sich bereits beteiligt haben, und motiviert vielleicht andere, die noch nicht überzeugt sind.

Belohnungen und Dankeschöns

Die meisten Crowdfunding-Plattformen bieten die Möglichkeit, bestimmte Anreize für Spender:innen zu schaffen. Spender:innen können beispielsweise ab einem bestimmten gezahlten Betrag ein limitiertes Dankeschön bekommen. Bei künstlerischen Produktionen ist das oft eine Vorab-Premiere oder eine signierte Ausgabe. Von der individuell gestalteten Kaffeetasse über die namentliche Erwähnung als Unterstützer:in auf der Homepage bis hin zu exklusiven Führungen sind dabei den Möglichkeiten keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist, dass diese Belohnungen tatsächlich einen Mehrwert und/oder etwas Besonderes darstellen. Dankeschöns, die kaum oder gar nicht gewählt werden, werfen eher ein schlechtes Bild auf das Projekt.



Zur Übung: Suchen Sie ein Beispiel für ein Projekt auf einer Crowdfunding-Plattform. Warum wäre es förderungswürdig? Aus welchen Gründen überzeugt dieses Projekt bei Kampagne?



Das betterplace lab stellt die Checkliste **So geht gutes Online-Fundraising kostenlos** zur Verfügung. In sechs Schritten werden die wichtigsten Grundlagen für eine erfolgreiche Spendenkampagne erläutert.

> ngoleitfaden.org/online-spenden-sammeln/so-geht-gutes-online-fundraising

Spendenideen.de ist eine Plattform, die gesellschaftliches und soziales Engagement unterstützt. Die Website stellt zahlreiche Spendenideen kostenlos zur Verfügung und teilt grundlegendes Wissen zur Planung und Durchführung von Spendenaktionen.

> spendenideen.org



Im Internet sind zahlreiche Ratgeber, Leitfäden und Erfolgsgeschichten über Spendenaktionen und -kampagnen zu finden. Hier folgt eine kleine Auswahl:

Eine ausführliche und leicht verständliche Anleitung mit zahlreichen Praxisbeispielen bietet das Handbuch Online-Fundraising. Die drei Autor:innen von betterplace.org gehören selbst zu den Praktiker:innen. Das Handbuch steht als kostenloser Download zur Verfügung.

> fundraising-handbuch.org

Das englischsprachige Handbuch Game on! A Practical Guide to Campaigning wurde gemeinsam von den Beratungsorganisationen Wigwam und finep im Rahmen der Kampagne „Make Fruit Fair!“ entwickelt, die Sozial- und Umweltstandards im Handel mit tropischen Früchten etablieren will. Anhand von anschaulichen Beispielen vermittelt der Ratgeber Grundlagenwissen, kreative Ideen und hilfreiche Werkzeuge für eine erfolgreiche Spendenkampagne.

> wigwam.im/campaigning-guide

Der Deutsche Fundraising Verband setzt sich für Ethik im Fundraising ein und stellt dafür zwei sich ergänzende Regelwerke zur Verfügung. Die 19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis und die Charta der Spenderrechte können auf den Seiten des Verbands kostenlos heruntergeladen werden.

> dfrv.de/fundraising-branche/ethik-im-fundraising

Sponsoring & Förderung

Sponsoring & Förderung: Zuverlässige Partner finden

Was unterscheidet Sponsoring von einer Spende? Welche rechtlichen Besonderheiten sind hier zu beachten? Und erkennt man seriöse Stiftungen? Die deutsche und europäische Förderlandschaft ist sehr vielfältig. Ein Überblick über die Möglichkeiten und Kriterien hilft, das Projekt des Vereins erfolgreich zu platzieren.

Was ist Sponsoring?

Wenn Unternehmen ihre eigenen Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit mit einem finanziellen Engagement im gesellschaftspolitischen Bereich verbinden, dann wird dies als Sponsoring bezeichnet. Die Zuwendungen von Geld- oder anderen Mitteln an gemeinnützige Gruppen oder Organisationen sind dabei vertraglich geregelt. Ein solcher Vertrag zwischen dem Sponsor und dem/der Empfänger:in der Leistungen beinhaltet im Wesentlichen:

- die Festlegung der Sponsoringziele,
- die Festlegung der Leistung der gesponserten Organisation,
- die Leistungspflichten des Sponsors.

Im Gegensatz zur uneigennützigten Spende wird also beim Sponsoring eine Gegenleistung erwartet wie beispielsweise die repräsentative Abbildung des Logos auf der Website und in Publikationen oder die sichtbare Einbindung des Sponsors bei Veranstaltungen. In dem Vertrag wird genau festgelegt, wozu sich beide Parteien, also das Unternehmen und die Organisation, verpflichten.



Das Netz bietet diverse Vorlagen für einen Sponsoringvertrag. Das Vereins-, Informations-, Beratungs- und Schulungs-System VIBSS des Landessportbunds Nordrhein-Westfalen bietet einen Mustervertrag mit allen relevanten Bausteinen. Zusätzlich befinden sich auf der Seite auch Informationen zu Rechtsgrundlagen eines solchen Vertrags. Mit den Begriffen „Sponsoringvertrag Checklisten“ über das Suchfeld der Website sind die entsprechenden Dokumente zu finden.

> vibss.de

Die Plattform Vereinswelt, ein Angebot des Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG, stellt auf ihren Seiten umfassende Informationen rund um das Thema Vereinssponsoring zur Verfügung. Unter anderem werden formelle und steuerliche Fragen geklärt und ein Mustervertrag zum Download angeboten.

> vereinswelt.de/vereinssponsoringvertrag

Tipp 9 / **Potenzielle Sponsoren anhand der ethischen Grundsätze des Vereins auswählen.**

Bei der Suche nach geeigneten Sponsoring-Partner:innen ist es besonders wichtig zu prüfen, ob das Unternehmen zur eigenen Organisation passt. Kriterien hierfür sind zum Beispiel:

- soziales Engagement,
- ökologisches Engagement,
- Umsetzung der CSR-Ziele,

Ethik des Unternehmens,

sonstige Aktivitäten, die gegebenenfalls im Widerspruch zu den Zielen der Organisation stehen.



CSR ist die Abkürzung für den englischen Begriff **Corporate Social Responsibility**, der auf Deutsch die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen beschreibt. Über die gesetzlichen Vorgaben hinaus sind Unternehmen dafür verantwortlich, ihren Gewinn ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig zu erwirtschaften. Das bedeutet beispielsweise, die Natur zu erhalten und Generationengerechtigkeit zu realisieren. Wenn Unternehmen sich zur Umsetzung dieser Ziele für gemeinnützige Projekte engagieren, dann hat dies, neben der inhaltlichen Nähe, auch marketingstrategische Gründe: Das Engagement wirkt sich positiv auf das Image und die Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit aus.



Zur Übung: Welche fünf Unternehmen würden sich für ein Sponsoring des eigenen Vereins eignen?

Stiftungen als Förderpartner

In Deutschland gibt es mehr als 22.000 Stiftungen. Es lohnt sich also für kleinere und mittlere Vereine, bei der Suche nach Fördermitteln auch mögliche Stiftungspartner zu berücksichtigen. Der Bundesverband der Deutschen Stiftungen ist der größte und älteste Stiftungsverband in Europa mit über 4.200 Mitgliedern. Der Verband betreibt unter anderem die umfangreichste Online-Navigationshilfe zum deutschen Stiftungswesen.



Die **Stiftungssuche** hilft dabei, eine passende Institution zu finden, bei der sich ein Förderantrag lohnen könnte. Die kostenfreie Basisversion des Onlineportals bietet Porträts von über 11.000 Stiftungen mit eigenen Internetadressen, die in Deutschland tätig sind. Die Suche erfolgt mit Hilfe von Stichworten und dem Sitz der Stiftung (Ort, Bundesland). Die Website bietet außerdem übersichtliche Tipps zur Antragstellung.

> stiftungssuche.de

Tipp 10 / Förderkriterien interessanter Stiftungen sorgfältig prüfen.

Kommt eine Stiftung für das Vorhaben eines Vereins in Frage, sollte eine ausführliche Recherche auf deren Website erfolgen. Dort sind die Förderkriterien einsehbar und auch Informationen darüber, was ausdrücklich nicht gefördert wird. Damit sollten sich die Initiatoren:innen der Kampagne im Vorfeld gründlich beschäftigen, um keine Zeit und Mühen an einen Antrag zu verschwenden, dessen Idee von vornherein keine Aussicht auf Erfolg hat. Danach kann der direkte Kontakt aufgenommen oder ein Antrag auf Förderung gestellt werden.



Zur Übung: Welche drei Stiftungen aus der Stiftungssuche des Bundesverbands könnten für den eigenen Verein passen? Was macht ihr Profil aus und kann der Verein die Förderkriterien erfüllen?

Staatliche Förderprogramme

Eine weitere Möglichkeit der Finanzierung von Projekten sind staatliche Förderprogramme und Finanzhilfen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie stellt eine Förderdatenbank bereit, die einen Überblick über die Programme von Bund, Ländern und der Europäischen Union bietet. Zuschuss, Darlehen, Bürgschaft, Beteiligung oder Garantie für Existenzgründer:innen und Unternehmen sowie auch für öffentliche Einrichtungen und Verbände lassen sich hier abfragen. Die oft sehr komplexe Antragstellung ist in der Förderdatenbank übersichtlich dargestellt. Hier finden Interessierte viele Informationen zur Antragstellung, den Richtlinien und Checklisten zur Erfüllung der notwendigen Kriterien.



In der Förderdatenbank gibt es mehrere Optionen, das richtige Programm zu finden. In wenigen Sekunden kann mit der Schnellsuche ein Überblick zu allen Fördermaßnahmen erstellt werden. Die Ergebnisse können nach Fördergebiet, Art der förderberechtigten Einrichtung und des zu fördernden Projektes gefiltert werden. Bei der Detailsuche kann zudem ein Ort angegeben und mit eigenen Suchbegriffen gearbeitet werden.

Der Förderassistent funktioniert kleinschrittiger. Über den Reiter „Termine und Fristen“ kann eine Liste aller Fördermaßnahmen abgerufen werden, die zeitnah an- oder auslaufen.

> foerderdatenbank.de

Die Allgemeine Projektförderung der Kulturstiftung des Bundes hat einen Zuschuss für Bildungseinrichtungen, öffentliche Einrichtungen und Verbände und Vereinigungen ausgeschrieben, die in den nichtkommerziellen Bereich des Kulturschaffens fallen. Dazu zählen unter anderem Literatur, Musik, Film und Fotografie. Die erstellten Medien sollten in Deutschland sichtbar und in deutscher Sprache verfasst sein.

> kulturstiftung-des-bundes.de

Checkliste



10 Tipps: Online Spenden sammeln – aber sicher!

- Tipp 1**
Etablierte Anbieter Für das Zahlverfahren wählen.
- Tipp 2**
Ein sicheres Spendenmodul für die Vereins-Website verwenden.
- Tipp 3**
Vor dem Start der Crowdfunding-Kampagne die spendenrechtliche Beurteilung klären.
- Tipp 4**
Bei der Entscheidung für eine Crowdfunding-Plattform: Zielgruppe der Spendenkampagne beachten.
- Tipp 5**
Vor der Entscheidung für eine Plattform die Datenschutzbestimmungen prüfen.
- Tipp 6**
Vorab prüfen, welche Gebühren auf der Plattform anfallen und ob Spendenquittungen ausgestellt werden können.
- Tipp 7**
Die einzelnen Schritte der Spendenkampagne sorgfältig planen.
- Tipp 8**
Das Spendenprojekt transparent und ansprechend kommunizieren.
- Tipp 9**
Potenzielle Sponsoren anhand der ethischen Grundsätze des Vereins auswählen.
- Tipp 10**
Förderkriterien interessanter Stiftungen sorgfältig prüfen.

Weitere Themen und Informationen unter:
digital-vereint.de

Über uns und unsere Partner:innen



Das **Bayerische Staatsministerium für Digitales** wurde im Zuge der Regierungsbildung am 12. November 2018 neu gegründet. Es ist Denkfabrik der Digitalisierung in Bayern und kümmert sich um Grundsatzangelegenheiten, Strategie und Koordinierung. Das Digitalministerium ist das erste dieser Art in Deutschland. Damit unterstreicht Bayern die fundamentale Bedeutung des digitalen Wandels.

Das Digitalministerium steht für die Entschlossenheit, den weltweiten digitalen Entwicklungen nicht nur zu folgen, sondern sie souverän mitzugestalten. Bayerns starke Wirtschaft, innovative Wissenschaft und Forschung und die engagierten Bürger werden dabei eng eingebunden.

> stmd.bayern.de



Deutschland sicher im Netz e.V. (DsiN) wurde 2006 als Verein auf dem ersten Nationalen IT-Gipfel gegründet. Als gemeinnütziges Bündnis unterstützt DsiN Verbraucher:innen und kleinere Unternehmen im sicheren und souveränen Umgang mit der digitalen Welt. Dafür bietet der Verein in Zusammenarbeit mit seinen Mitgliedern und Partner:innen konkrete Hilfestellungen sowie Mitmach- und Lernangebote für Menschen im privaten und beruflichen Umfeld an. Schirmherr des Vereins ist der Bundesminister des Innern, für Bau und Heimat.

> sicher-im-netz.de



Die **lagfa bayern** versteht sich als Brückenbauer zwischen Zivilgesellschaft, Staat und Wirtschaft und handelt bedarfsorientiert als Partner und Berater von Organisationen, Initiativen, öffentlicher Verwaltung, Bildungseinrichtungen und Wirtschaft. Wir schaffen also Netzwerke im Bürgerschaftlichen Engagement.

Wir wollen Menschen begeistern und ermutigen, beraten und begleiten, sich mit ihren vielfältigen Fähigkeiten, Erfahrungen und Interessen für die Gesellschaft zu engagieren.

> lagfa-bayern.de



Mit der **Digitalen Nachbarschaft (DiNa)** sensibilisiert Deutschland sicher im Netz e.V. Vereine, Initiativen und freiwillig engagierte Bürger:innen für die Chancen der Digitalisierung. Die DiNa wird in Kooperation mit dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) durchgeführt. Gefördert wird das Projekt durch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, unterstützt von der Deutschen Telekom AG, Huawei Technologies Deutschland GmbH und der Deutschen Bahn AG.

> digitale-nachbarschaft.de

Mehr digitale Themen

Sie möchten sich aktuell zur digitalen Sicherheit informieren und mögliche Sicherheitsprobleme schnell beheben?

Laden Sie kostenlos die SiBa-App herunter:
> sicher-im-netz.de/siba

Starten Sie auf Ihrem Gerät den Computercheck von Deutschland sicher im Netz e.V., um Fehler im System zu erkennen und zu beheben.
> sicher-im-netz.de/dsin-computercheck

Sie möchten digitale Kompetenzen weitervermitteln?

#DABEI-Geschichten ist ein Angebot der Deutschen Telekom, sich leicht verständlich, innovativ und voller praktischer Tipps mit Themen der digitalen Welt zu beschäftigen, um sie zu verstehen: von Digitaler Demokratie über Digitale Freundschaft bis hin zu Datenschutz und Datensicherheit. Wer mit Lerngruppen arbeitet, findet hier Anregungen und Tipps. Die Unterlagen stehen auch in einfacher Sprache zur Verfügung.
> dabei-geschichten.telekom.com

Die **Cyberfibel für digitale Aufklärung** von Deutschland sicher im Netz e.V. und dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ist ein Handbuch für Multiplikator:innen in Vereinen, Stiftungen, Bildungseinrichtungen, Volkshochschulen oder Verbänden über grundlegende Verhaltensstandards für sicheres und selbstbestimmtes Handeln in der digitalen Welt.
> cyberfibel.de

Der **Digital-Kompass** unterstützt engagierte Menschen, älteren Generationen die Chancen des Internets und ihrer sicheren Nutzung näher zu bringen. Im Mittelpunkt steht der Erfahrungsaustausch zur verständlichen Vermittlung für Senior:innen deutschlandweit.
> digital-kompass.de

Sie interessieren sich für aktuelle digital-politische und digital-gesellschaftliche Themen?

Das **Kompetenzzentrum Öffentliche IT (ÖFIT)** vom Fraunhofer-Institut für offene Kommunikationssysteme (FOKUS) beschäftigt sich mit der Entwicklung von Informationstechnologien im öffentlichen Raum, die gesellschaftliche Lebensbereiche und Infrastrukturen zukünftig beeinflussen.
> oeffentliche-it.de

Haben Sie noch Fragen?

Schreiben Sie eine E-Mail an:
kontakt@digital-vereint.de

Informationen zu aktuellen Veranstaltungen, Webinaren und weitere Materialien finden Sie unter:
> digital-vereint.de

BSI für Bürger ist ein kostenloses Informationsangebot des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik zum sicheren Surfen im Internet.
> bsi-fuer-buerger.de

D3 – so geht digital ist die Plattform der Stiftung Bürgermut mit Informationen und Veranstaltungen rund um Digitalisierungsthemen für Vereine, Verbände, Initiativen und Social Start-ups.
> so-geht-digital.de

Die neue **browserbasierte Simon-App** klärt über digitale Sicherheit im Alltag auf. Sie bietet Schutz- und Sicherheitswissen in leicht verständlichen Themenbereichen. Ein Quiz motiviert dazu, die eigenen digitalen Kompetenzen zu testen und Wissenslücken zu schließen. Über die Soforthilfe erhalten Nutzer:innen Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur Selbsthilfe bei den häufigsten Schadensfällen im Internet.
> simon-app.org

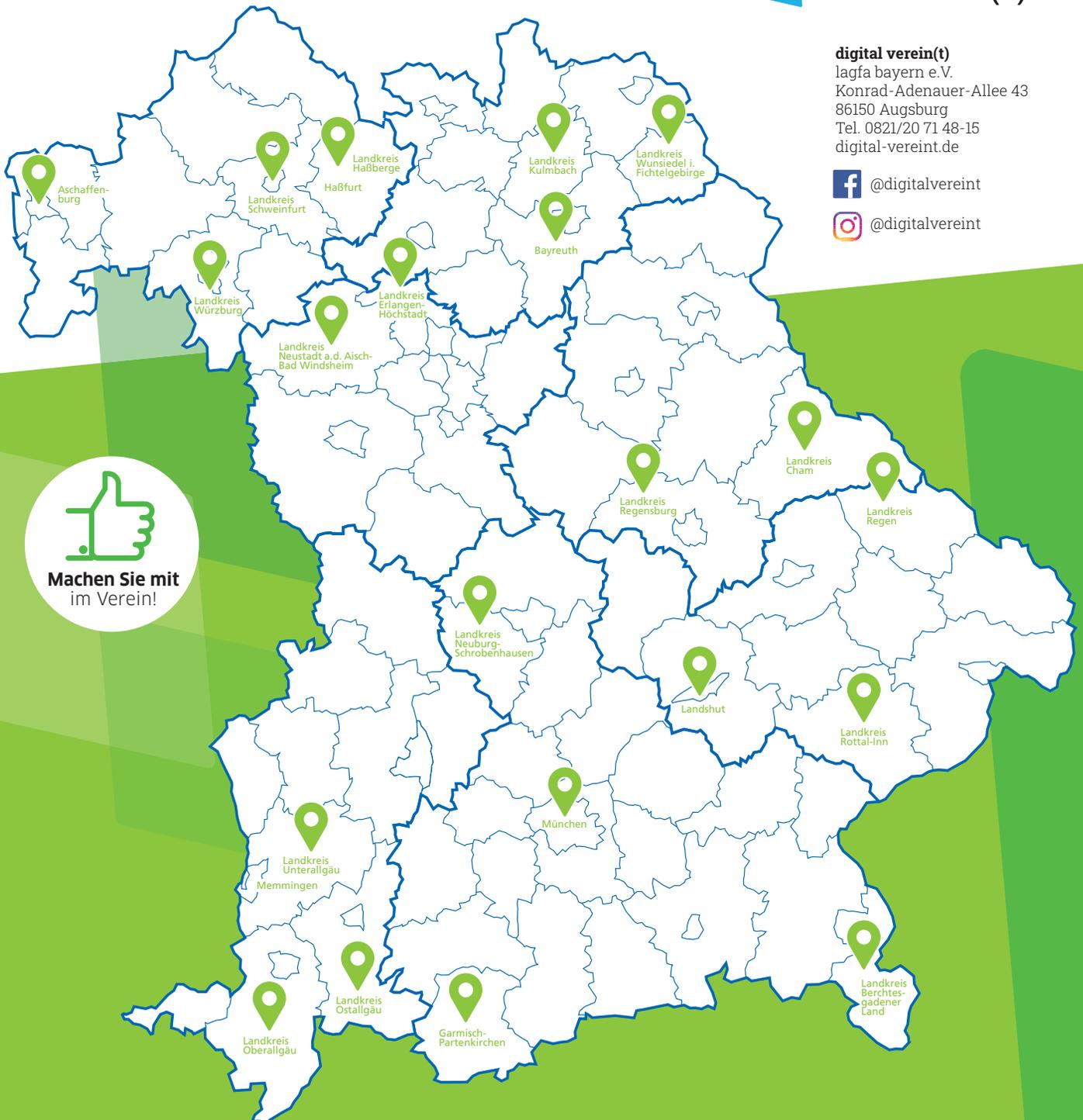
Digital verein(t) vor Ort



digital verein(t)
lagfa bayern e.V.
Konrad-Adenauer-Allee 43
86150 Augsburg
Tel. 0821/20 71 48-15
digital-vereint.de

 @digitalvereint

 @digitalvereint



Ehrenamtsagentur
„Aschaffenburg aktiv!“
Aschaffenburg

Freiwilligen-Zentrum
Bayreuth

Freiwilligenagentur
Landkreis Berchtesgadener Land

Koordinierungszentrum
Bürgerschaftliches Engagement
„Treffpunkt Ehrenamt“
Landkreis Cham

Ehrenamtsbüro
Landkreis Erlangen-Höchstadt

Freiwilligen-Zentrum „auf geht's“
Garmisch-Partenkirchen

Freiwilligenagentur
Mehrgenerationenhaus
Haßfurt

Koordinierungszentrum
Bürgerschaftliches Engagement
Landkreis Kulmbach

Freiwilligenagentur „fala“
Landshut

Freiwilligenagentur
Schaffenslust Memmingen
und Landkreis Unterallgäu

Förderstelle für
Bürgerschaftliches Engagement
„FÖBE“ München

Koordinierungszentrum
Bürgerschaftliches Engagement
Landkreis Neuburg-Schroben-
hausen

Freiwilligenzentrum „mach mit“
Landkreis Neustadt a. d. Aisch-
Bad Windsheim

Freiwilligenagentur
Landkreis Oberallgäu

Servicestelle EhrenAmt
Landkreis Ostallgäu

ARBERLAND REGio
Landkreis Regen

Koordinierungszentrum
Bürgerschaftliches
Engagement
Freiwilligenagentur
Landkreis Regensburg

Freiwilligenagentur
„pack ma's“
Landkreis Rottal-Inn

Servicestelle Ehrenamt
Landkreis Schweinfurt

Koordinierungszentrum
Bürgerschaftliches ENGagement
Landkreis Wunsiedel

Servicestelle Ehrenamt
Landkreis Würzburg