



## Finanzierung von Chorprojekten

Heutzutage ist es kaum noch möglich, ein Plakat einfach aus dem PC zu erstellen und auszu-drucken. Die Zeiten sind vorbei, schnell einen Journalisten anzurufen, um einen Zeitungsarti-kel zu erhalten, welcher ein Chorprojekt bewirbt. Chorvorstände und Chorleitungen erleben diesen Wandel und müssen daher neue Wege für die Finanzierung und Werbung finden. Die Finanzierung von Projekten von Amateur- und Berufschören ist also ein Thema.

### A. Bedeutung der Finanzierung

Es ist zu unterscheiden, ob ein Projekt lokale, regionale oder nationale Ausstrahlung hat. Je nachdem hat man sich an andere Projektträger zu wenden. Gezielte Projekte haben bessere Chancen, unterstützt zu werden und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich zu zie-hen.

1. Bei Projekten mit lokalem Charakter ist es sehr wichtig, mit lokalen Betrieben (Bauunter-nehmen, Architekten, Optikern, Druckereien, Bestattungsunternehmen) sowie mit der Kulturförderungsstelle der Gemeinde oder des Kantons zusammenzuarbeiten.
2. Bei Projekten mit regionaler Ausstrahlung lohnt es sich immer, bei mehreren Unterneh-men anzufragen - noch besser ist es aber, geeignete Stiftungen zu suchen und anzu-schreiben. Es ist ebenso unerlässlich, sich an die kantonalen und kommunalen Kulturför-derstellen zu wenden. Geeignete Stiftungen findet man, indem man analysiert, welche Stiftung welche Arten von Musikveranstaltungen finanziert.
3. Für Projekte von nationaler Tragweite kann man sich an grosse Unternehmen und Stif-tungen wenden, z.B. die Coop- und die Migros-Stiftung, an Stiftungen wie Ernst Göhner, Otto Beisheim, Swisslos, Bankenstiftungen usw. Die meisten dieser Stiftungen sind je-doch nicht in der Lage, alle Projekte zu finanzieren. Diese Stiftungen zielen oft darauf hin, dass man ihre online-Plattform nutzt. Das ist oft sehr zeitaufwendig und nicht im-mer erfolgreich, v.a. wenn man zu spät kommt oder die Förderkriterien nicht erfüllt.

Torsten Schmutz<sup>1</sup>, ein professioneller Förderungs-Berater, sagt:

<sup>1</sup> Torsten Schmutz hat in seiner Jugendzeit in den 80er- und 90er-Jahren verschiedene Aktivitäten ausgeübt: Pfadfinder, Ministrant, Redakteur der Schülerzeitung oder als Mitglied im Siedler- oder Sportverein. Er hat immer dafür gerne das Geld gesammelt. Den Begriff "Fundraising" kannte damals noch keiner. Im Sommer 2006 wechselte er beruflich in den gemeinnützigen Bereich. Die Diakonie Neuendettelsau, eines der grössten Sozial-unternehmen in Süddeutschland, suchte einen Direktor und Geschäftsführer für ihre internationalen Aktivitä-ten. In dieser Position war er verantwortlich für die Auslandsstandorte und Kooperationsprojekte in Rumänien, Kaliningrad, Ungarn, Tschechien und Spanien. Wesentlicher Teil seiner Arbeit war die Gewinnung dazu passen-der Förderungen, und so musste er sich intensiv in das Fördermittel-Fundraising einarbeiten. Nun ist er Dozent und leitet ein Team mit 12 Mitarbeitern.

*"Das macht diesen Bereich interessant für öffentliche und private Mäzene. Einige Chöre und Orchester verfügen über ein hervorragendes Netzwerk an Mäzenen und Sponsoren und schaffen es immer wieder, hohe Summen zu akquirieren".*

## **B. Herausforderung im Kulturmanagement**

Torsten Schmutz sagt weiter:

*"Kulturförderung bedeutet also immer auch intensive Netzwerk- und Lobbyarbeit. Für viele Institutionen ist der Aufwand ausserhalb des künstlerischen Bereichs jedoch zu gross und der Förderdschungel zu unübersichtlich. Diese nutzen die zahlreichen Fördermöglichkeiten leider nicht aus".*

Genau dies ist oft das Problem des nicht professionellen Organisators, des Kulturmanagers, welcher mit diesem Förderdschungel konfrontiert wird. Er muss viel Zeit investieren. Mit all den Kontakten vor Ort zu starten erspart viel Zeit. So kann ein Projekt-Organisator sicher sein, dass er Zeit spart und gute Werbung hat, die viele Einnahmen durch das Publikum generiert (Sammeln oder Verkauf von Eintrittskarten). Je nach Ausrichtung des Projekts reicht das aber leider nicht immer aus.

### Problem 1:

zu wenig Publikum, weil

1. *die Zielgruppe vor Ort nicht gross genug ist.*
2. *das Zielpublikum zwar da ist, aber sehr wenig für die Kollekte spendet /oder der Preis für die Eintrittskarten zu niedrig war.*
3. *die Werbung schlecht lief, und die Veranstaltung daher nicht genug publikumswirksam war.*
4. *in geringer Entfernung eine Konkurrenzveranstaltung angeboten wurde, so dass sich das Publikum auf die beiden Veranstaltungen verteilte.*

### Problem2:

Wir haben genug Publikum, aber immer noch nicht genug Geld, weil

1. *die Werbung zwar sehr gut lief, aber sehr teuer war und das Budget überschritten wurde.*
2. *die Musiker:innen, Blumenschmuck und Technik sowie die Miete für die Räumlichkeiten sehr teuer waren, und die Einnahmen aus den Eintrittskarten und die Finanzierung vor Ort nicht ausreichten.*

### Wie können Sie diesen Problemen begegnen?

1. Analysieren Sie Ihr Zielpublikum.
2. Wählen Sie einen realistischen Ticketpreis oder einen Richtpreis für die Kollekte.
3. Effektive Werbung: Werben Sie auf verschiedenen Kanälen (Print, E-Mail, soziale Medien, WhatsApp, Postversand, Anzeigen, Terminkalender, Plakate - verschiedene Formate und Mund-zu-Mund-Propaganda).

4. Senden Sie eine gute Pressemitteilung an verschiedene Zeitungen unterschiedlicher Grösse.
5. Bereiten Sie ein detailliertes Budget und einen Finanzierungsplan vor, welche sich nach den Antworten der Musiker:innen, der Stiftungen, aller angefragten Personen usw. ständig weiterentwickelt.
6. Es ist besser, mit etwas höheren Kosten zu kalkulieren, um am Ende mit etwas niedrigeren Kosten leben zu können.
7. Es gilt zu bedenken, dass die Kulturförderung in erster Linie auf die lokalen und regionalen Bedürfnisse ausgerichtet ist. Die meisten Förderer konzentrieren sich auf Aktivitäten in der direkten lokalen Umgebung. So sind die Fördermöglichkeiten in finanzstarken Metropolen in der Regel wesentlich besser als in wirtschaftlich schwachen ländlichen Regionen. Andererseits ist die Konkurrenzsituation in den Metropolen oft viel härter.

Projektbezogene Fördermassnahmen und langfristige Fördermöglichkeiten:

1. Langfristige Fördermöglichkeiten gelten als eine echte Herausforderung. Dafür müssen die Institutionen einen ausgezeichneten Ruf geniessen und eine aussergewöhnlich lokale, regionale oder überregionale Wirkung erzielen. Eine weitere Voraussetzung ist in der Regel eine langjährige Partnerschaft.
2. Bei den Fördermöglichkeiten für einzelne Projekte sieht es deutlich besser aus. Es ist wesentlich einfacher, einen einmaligen Zuschuss für eine Konzerttournee, ein Musikprojekt oder materielle Investitionen, z.B. in Musikinstrumente, zu erhalten.
3. 80 bis 90 Prozent aller Zuschüsse werden auf Projektbasis gewährt.

### **C. Unterschied bei 5 Arten von finanzieller Unterstützung**

#### **1. Sponsoring**

Kommerzielles Sponsoring ist die optimale Positionierung einer Marke, eines Produkts oder einer Dienstleistung und funktioniert in den allermeisten Fällen nach anderen Prinzipien als die öffentliche oder gemeinnützige Unterstützung. Dementsprechend muss die Suche nach Sponsorengeldern nach anderen Grundsätzen erfolgen als in diesem Leitfa-den angegeben wird.

#### **2. Stiftungen**

Stiftungen haben in der Regel bestimmte Ziele, die nicht umgangen werden können. Ihr Antrag hat also nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn er mit dem Stiftungszweck übereinstimmt, oder diesem so nahe wie möglich kommt. Stiftungen unterstützen in der Regel eher Projekte als ganze Organisationen und deren Betriebskosten.

- Viele Stiftungen mögen langfristige Partnerschaften.
- Laden Sie die Mitglieder der Stiftung zu Ihrer Veranstaltung ein.
- Erkundigen Sie sich, ob die Stiftung die Anträge annimmt oder nur bearbeitet und ob die Stiftung nur ihre eigenen Projekte fördert
- Kommerzielle Unternehmen werden nur sehr selten von Stiftungen unterstützt.

#### **3. Öffentliche Finanzierungsorganisationen**

Beachten Sie, dass viele Kantone und Gemeinden Projekte nur subsidiär unterstützen.

Eventuell müssen Sie im betreffenden Kanton oder in der betreffenden Gemeinde wohnhaft sein oder eine direkte Verbindung zur Region haben.

#### 4. Pfarreien

Da die langjährige Treue der Kirchenchöre eine Vertrauensbasis mit Ihrer Pfarrei schafft, ist es wichtig, die Pfarrei in jedes grössere Projekt einzubeziehen. Jede "Leitung" einer Pfarrei hat ihre eigene Zielgruppe und ihre eigenen Ziele im Allgemeinen. Wenn das Kirchenchorprojekt mit den Zielen/der Zielgruppe der Pfarrei übereinstimmt, ist es leichter, Unterstützung von der Pfarrei zu erhalten. Dieser Support kann ganz verschiedenartig aussehen:

- Kostenlose Miete der Kirche
- Drucken von Plakaten im Pfarrsekretariat
- Anzeige im Pfarreiblatt
- Ankündigung / Agenda Anmeldung auf der Website der Kirchengemeinde oder Pfarrei
- Organisation von Eintrittskarten (Buchung und Druck von Eintrittskarten und Anwesenheit an der Abendkasse)
- Finanzielle Beteiligung an den Gagen von Musikern
- Organisation von Apéros
- Finanzielle Beteiligung an den Kosten des Apéros
- Grafisches Design von Plakaten und Flyern
- usw....

#### 5. Privatpersonen

Personen, die man persönlich kennt (z.B. ehemalige Chorsängerinnen und -sänger, aktive Mitglieder aus der Pfarrei) und mit dem Chor und der Kirchenmusik verbunden sind, sind potenzielle Geldgeber. Sie sollen von jenen Personen angesprochen werden, zu denen eine Beziehung besteht. Empfehlenswert ist, diese Leute vorgängig zu kontaktieren und dann persönlich aufzusuchen, am besten mit einem einfachen Dokument (1 oder 2 doppelseitige DIN-A4-Blätter).

Seite 1: Projektbeschreibung und öffentliches Ziel

Seite 2: Budget, Finanzierungsplan

Seiten 3 und 4: Musikalisches Programm, wer ist musikalisch beteiligt (Biografien der Solisten/Chorleiter), wer ist der Organisator (Kirchenchor? Pfarrei? Gemeinde?).

Es ist besser nur ein Foto pro Seite zu verwenden.

### D. Unterstützungskriterien

Gibt es Kriterien, auf die ich achten muss, wenn ich einen Antrag auf Förderung für Chöre und Orchester stelle? Jeder Förderer verfolgt seine eigenen Förderziele. Der Kulturförderfonds einer Gemeinde oder einer Bank möchte das kulturelle Leben in der eigenen Stadt unterstützen. Die Aktion Mensch fördert Musikprojekte für Menschen mit Behinderungen. Die Stiftung X widmet sich dem Bereich der Neuen Musik oder die Kultur- und Musikstiftung XY multikulturellen Musikprojekten für Jugendliche. Generell haben Projekte für oder mit Kindern grössere Chancen auf Unterstützung, ebenso wie soziale Projekte für Menschen mit Behinderungen oder Projekte zur multikulturellen Integration (z.B. Chor der Nationen).

Wenn möglich als Zielgruppe wählen, die

- Kinder und Jugendliche,
- benachteiligte Menschen,
- Menschen mit Behinderungen oder Flüchtlinge unterstützen
- Weitere Ziele können Bildung, Völkerverständigung oder internationaler Austausch sein.

### **E. Der perfekte Antrag**

Um diese Frage zu beantworten, gilt es zunächst zwischen den verschiedenen Arten von Stiftungen zu unterscheiden. In der Praxis gibt es zwei Arten von Geberstiftungen: ehrenamtlich geführte Organisationen versus professionell geführte Institutionen.

- Bei professionell verwalteten Stiftungen gibt es in der Regel eine Website. Die Stiftung hat eventuell ein Büro und es ist möglich per E-Mail/Telefon einen ersten Kontakt aufzunehmen. Die formalen Voraussetzungen für eine Anfrage sind also klar definiert. Oft mittels spezieller Antragsmasken oder -formulare.
- Ehrenamtlich geführte Stiftungen sind nicht so leicht zugänglich. In den meisten Fällen ist nicht mehr als der Stiftungszweck bekannt, welcher im Handelsregister steht. Die Antwort auf eine Anfrage gleicht dem Ergebnis eines Lotteriespiels.

Bevor Sie einen Antrag stellen, sollten Sie ein kleines Dossier vorbereiten, das die nachfolgenden Punkte umfasst. Die Formulierung des Antrags wird dann angepasst und entspricht den Wünschen der Förderorganisation. Hinzu kommen formale Schwierigkeiten, wenn Sie zum Beispiel die Zeichenanzahl einzuhalten haben, die auf den Antragsplattformen der Stiftungen sehr genau definiert sind. Es ist eine wahre Kunst, die gleiche Botschaft jedes Mal noch kürzer oder länger zusammenzufassen!

#### Ihre Checkliste

- Persönliches Begleitschreiben (Seite 1 - unterschrieben) mit persönlichen Informationen
- Foto (nach eigenem Ermessen)
- Lebensläufe der Hauptbeteiligten
- Genaue Beschreibung des Projekts
- Ort und Datum der Veranstaltung oder des Projekts
- Detaillierter Finanzierungsplan mit Ausgaben/Einnahmen
- Ausgefülltes Formular (falls verlangt) immer online überprüfen
- Kurze Zusammenfassung des Projekts
- Persönliche Dokumente wie Rezensionen oder Expertisen, evtl. Illustrationen, Skizzen, Präsentationen, Flyer-Entwürfe, Flyer der letzten 2-3 Jahre von vergangenen Projekten

- Hier finden Sie ein wichtiges Dokument des Kantons Luzern über die Erstellung eines guten Antrags:  
[https://kultur.lu.ch/-/media/Kultur/Dokumente/Gesuche/das\\_perfekte\\_gesuch.pdf?rev=0fb8e9653d8945e5a1d2d6107ffc29](https://kultur.lu.ch/-/media/Kultur/Dokumente/Gesuche/das_perfekte_gesuch.pdf?rev=0fb8e9653d8945e5a1d2d6107ffc29)

## F. Stiftungen finden

Es wird auf folgende Webseiten verwiesen:

- <https://www.fundraiso.ch/>
- [https://stiftungen.stiftungschweiz.ch/suche?prod\\_Organizations%5Bquery%5D=musik](https://stiftungen.stiftungschweiz.ch/suche?prod_Organizations%5Bquery%5D=musik)

Es existiert kein öffentliches Register aller gemeinnützigen Stiftungen. Auf dem Weg, erfolgreich Stiftungsgelder zu akquirieren, könnte folgendes helfen:

- Fundraiso.ch hat 2014 damit begonnen, alle gemeinnützigen Stiftungen zu registrieren. Es ist die erste Plattform, die alle Stiftungen auf diese Weise zusammenfasst.
- Gleichwohl ist es empfehlenswert, nach anderen Plattformen mit Stiftungen Ausschau zu halten.
- Ein guter Tipp ist, sich die Website / Flyer ähnlicher Projekte / Ensembles anzusehen und sich dort die Liste der Sponsoren / Stiftungen anzuschauen. So finden Sie schnell eine Liste von 5-8 Stiftungen, die angefragt werden könnten.  
Sie möchten beispielsweise ein Konzert mit Werken von John Rutter veranstalten. Als Organisator sollten Sie sich ansehen, welcher Chor in der Region/im Kanton in den letzten zwei Jahren Konzerte mit Werken von John Rutter aufgeführt hat und wie er diese finanziert hat. Dies ist oft ein sehr guter Indikator und erhöht die positive Resonanz auf die Stiftungsquote.
- Wenn der Antrag auf Finanzierung nicht den Kriterien der Stiftung entspricht, wird der Antrag abgelehnt. Sie erhalten im Durchschnitt mehr Ablehnungen als positive Antworten. Es sei denn, Sie arbeiten sehr gezielt und sehr lange und haben Erfahrung im Kulturmanagement. Am Anfang ist es sehr zeitaufwendig, da Sie oft 10 Anträge einreichen müssen, um 2 positive Antworten zu erhalten.
- Die Motivation, einem guten Projekt zu dienen, muss sehr gross sein und ausreichen, um diesen Prozess zu durchlaufen.

## G. Professionalisierung

In der Chorwelt wird alles professioneller: die Chorleiter, aber auch die Finanzierung der Chorprojekte.

Wie ersichtlich ist, hat es der unprofessionelle Organisator im Bereich des Kulturmanagements schwer und muss den Prozess des "Learning by doing" durchlaufen. Es ist möglich, eine entsprechende Weiterbildung zu planen, wenn solche Projekte langfristig gemanagt werden sollen, bei welchen der Ertrag grösser ist als der Aufwand. In folgenden Städten wird diesbezüglich eine Weiterbildung angeboten:

1. Basel: Abschluss "MAS in Kulturmanagement" in 3 Modulen bestehend aus einem Basismodul DAS "Kulturreflexive Management "+ 2 CAS (Kulturpolitik und digitale Kultur oder das CAS in Innovation und Wandel) und dem MAS in Kulturmanagement, der Abschlussarbeit und deren Präsentation. Es kann kompakt in zwei Jahren oder flexibel studiert werden. Mit Ausnahme des Abschlussmoduls können alle Module auch einzeln belegt werden.
2. Luzern: „MAS in Kulturmanagement“, ebenfalls in Zusammenarbeit mit 3 CAS. Weitere Informationen findet Sie auf der Website der HSLU.

Jedes Semester wird ein anderer CAS angeboten. Man muss also mit 2 Jahren Teilzeitstudium und recht hohen Studiengebühren rechnen.

3. Zürich: Der Masterstudiengang Executive Master in Arts Administration (EMAA) ist der führende Studiengang für Leadership Excellence und hat zahlreiche Führungspersonlichkeiten in höchste Positionen gebracht. Der Executive Master in Arts Administration (EMAA) ist ein berufsbegleitendes Kulturmanagement-Studium für Fachkräfte aus Kultur und Wirtschaft. Der CAS in Recht und Finanzen bietet den idealen Einstieg für professionelles Kulturmanagement. Dieser CAS ist gleichzeitig das erste Semester des Master-Programmes. Studierende des CAS können deshalb auf Wunsch gleich anschliessend auf das Diplom- oder Master-Programm umsteigen.