

Dein Verein und das Geld

 **Digitale
Nachbarschaft**



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

Impressum

Redaktion: Dr. Elisabeth Maria Hofmann, Henning Baden, Daniel Lehmann, Sönke Behrens
Gestaltung und Satz: wegwerk GmbH
Erscheinungsjahr: 2019
3., durchgesehene und aktualisierte Auflage 2022: 1.000

Herausgeber: Deutschland sicher im Netz e.V.
Projekt Nachbarschaft Digital > Ehrenamt > Sicher > Transformieren
Projektleitung: Dr. Nils Weichert
Geschäftsführer: Dr. Michael Littger (V.i.S.d.P.)
Albrechtstraße 10c
10117 Berlin
+49 (0) 30 767581-500
www.sicher-im-netz.de

Mit dem Projekt Nachbarschaft Digital > Ehrenamt > Sicher > Transformieren (DiNa) sensibilisiert Deutschland sicher im Netz e. V. (DsiN) Vereine, Initiativen und freiwillig engagierte Bürger*innen für die Chancen der Digitalisierung. Das Projekt verfügt über ein bundesweites Netzwerk von regionalen Anlaufstellen (DiNa-Treffs), das bedarfsgerechte Unterstützungsangebote für Bürger*innen im Ehrenamt bereitstellt. Die lokale Verankerung im vertrauten, ehrenamtlichen Umfeld fördert die nachhaltige Verbreitung von digitalen Themen im Alltag, bei denen IT-Sicherheit und Datenschutz grundlegend für ein erfolgreiches digitales Wirken im Ehrenamt sind. Mit zwei Infobussen (DiNa-Mobile) ist die DiNa auch mobil im Einsatz zu Fragen der Digitalisierung.

© 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).

Ein Projekt von Deutschland sicher im Netz e.V.
Gefördert durch das Bundesministerium des Innern und für Heimat
Mit Unterstützung von Deutsche Telekom AG und Deutsche Bahn AG

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

Handbuch der Digitalen Nachbarschaft

Die fünf Themenbereiche der Digitalen Nachbarschaft kommen direkt aus der Praxis des freiwilligen Engagements. Mit den DiNa-Handbüchern zu „Dein Verein macht sich bekannt“, „Dein Verein und seine Mitglieder“, „Dein Verein und das Geld“, „Dein Verein tauscht sich aus“ und „Dein Verein will's wissen“ macht sich Dein Verein fit fürs Netz.

Inhalt

Über dieses Handbuch	6
1 Online- & Mikrospenden: Wie Du im Netz seriös Geld sammelst	8
2 Crowdfunding & Spendenkampagne: Wie Du online für Dein Projekt wirbst	14
3 Sponsoring & Förderung: Wie Du zuverlässige Partner findest	20
Checkliste 10 DiNa-Tipps: Online Spenden sammeln – aber sicher!	25
Mehr digitale Themen	26
Über uns und unsere Partner	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 bei der Finanzierung helfen.

Die Digitale Nachbarschaft hat **10 DiNa-Tipps** formuliert, die Dir helfen, die digitalen Chancen für Dich und Deinen 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 Dir das dritte Kapitel, wie Du Unternehmen und Stiftungen als Partner gewinnen und staatliche Förderprogramme zur Finanzierung Deiner Projekte nutzen kannst.

In den DiNa-Häuschen findest Du kurze und praktische Hilfsmittel:



Informieren

Hier werden Fachbegriffe verständlich erklärt.



Machen

Hier werden digitale Werkzeuge vorgestellt, die Du sofort verwenden kannst.*



Üben

Hier gibt es Übungsaufgaben, um das neue Wissen anzuwenden.



Weiterlesen

Hier werden Websites und DiNa-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: Wie Du im Netz seriös Geld sammelst

Welche Möglichkeiten gibt es, online zu spenden? Wie findest Du im Internet Spender*innen für Deinen Verein? Und was ist ein Spendenmodul? Für Online-Fundraising benötigst Du kein Expertenwissen aus der Finanzbranche, es genügt ein grundlegendes Handwerkszeug der Bezahlmethoden. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

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 kannst Du 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.

DiNa-Tipp 1: Wähle für das Zahlverfahren einen etablierten Anbieter!

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 findest Du im DiNa-Handbuch „Finanzen im Netz: Online einkaufen, bezahlen und Gelder verwalten“.

DiNa-Tipp 2: Binde auf der Website Deines Vereins ein sicheres Spendenmodul ein!

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 Dir, das richtige Modul auszuwählen:

- **Zahlungssicherheit**
Wie im Online-Handel steigt mit dem Umfang der Zahlungsmöglichkeiten die Zahlungsbereitschaft. Biete den Spender*innen möglichst verschiedene sichere Zahlungsmöglichkeiten an.
- **Datenschutz**
Weise die Interessierten auf die strengen Daten-

schutzrichtlinien Deines Vereins hin. Verwende die personenbezogenen Daten nur für die Spendenabwicklung und lasse Dir zusätzliche Kommunikation wie beispielsweise über einen Newsletter von den Spender*innen gegebenenfalls separat bestätigen.

- **Adressdaten**
Das Formular sollte die Adressdaten vollständig erfassen, so dass eine Spendenbescheinigung verschickt werden kann. Allerdings solltest Du Dich bei der Datenerfassung auf die wirklich notwendigen Punkte beschränken, um den Grundsatz der Datensparsamkeit zu berücksichtigen.
- **Höhe der Spende**
Biete den Interessierten verschieden hohe Spendensummen an, ermögliche aber auch die freie Eingabe eines Betrags.
- **Einmal oder regelmäßig**
Ermögliche den Interessierten, eine einmalige Spende abzugeben, aber auch ein dauerhaftes Engagement einzugehen.



Auf der Spendenplattform **betterplace.org** entstehen bei Einrichtung und Nutzung eines Spendenbuttons weder für Spender*innen noch für Deinen Verein Kosten. So richtest Du den Spendenbutton ein:

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 kostenlos. So richtest Du einen Spendenbutton ein:

1. Organisationsseite auf Facebook einrichten
2. Als gemeinnützige Organisation für Facebook-Zahlungen registrieren

3. „Spenden“-Button auf der Seite hinzufügen und Spenden auswählen

Auf dem Spendenportal **HelpDirect** kannst Du ein kostenloses Spendenformular erstellen, das sich auf der Vereinswebsite einfach einbinden lässt. Das Formular ist individuell anpassbar und bietet neben der Erstellung von Spendenzertifikaten auch eine Möglichkeit der Spenderverwaltung. So richtest Du das Spendenformular ein:

1. Verein bei HelpDirect über die Partnerorganisation HelpMundo registrieren:
▶ www.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). So richtest Du den Spendenbutton ein:

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 und Podcaster 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 Du doch einmal Konto- oder Kreditkarteninformationen eingibst, achte darauf, dass dies über eine verschlüsselte Verbindung geschieht. Das erkennst Du 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. Prüfe die aktuellen Zahlen direkt auf den Websites der Anbieter.

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.

► www.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.

► www.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.

► www.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 Website der Digitalen Nachbarschaft



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 findest du zahlreiche Generatoren, mit denen Du QR-Codes erstellen kannst. Wir stellen Dir drei besonders datensparsame Anbieter vor:

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. Du kannst 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.

► www.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 dann auch 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.

► www.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 Ranzhalten des Smartphones die Nutzer*innen direkt auf eine Spendenseite führen. Abgerechnet wird direkt über den Mobilfunkanbieter.

i

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 kannst Du dazu verschiedene Berichte und Videos finden.



Frei beschreibbare NFC-Tags kannst Du online relativ günstig kaufen. Bei vielen Anbietern gibt es Starterkits bestehend aus Stickers, Schlüsselanhängern und Karten. Wenn Du Dich bereits für eine NFC-Technologie entschieden hast, ist es sinnvoll, sich auf eine Kategorie zu konzentrieren. Beachte, dass nicht alle NFC-Tags mit allen NFC-fähigen Smartphones kompatibel sind. Darüber informiert die **Kompatibilitätsliste** von nfc-tag.de.

► www.nfc-tag.de/kompatibilitaetsliste

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

► www.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.

► www.nfc-tag-shop.de

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

► www.shopnfc.com/de

Crowdfunding & Spendenkampagne: Wie Du online für Dein Projekt wirbst

Mit welchen Projekten hast Du auf Spendenplattformen Erfolg? Was ist beim Crowdfunding rechtlich zu berücksichtigen? Und welche einzelnen Schritte gehören zu einer Spendenkampagne? Auf der Suche nach der passenden Finanzierung lohnt es sich auch für Vereine, Sammelaktionen im Internet zu berücksichtigen. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

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.

DiNa-Tipp 3: Kläre vor dem Start Deiner Crowdfunding-Kampagne die spendenrechtliche Beurteilung!

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 Empfänger 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“ gelangst du zu dem Artikel „Verbesserung des Schutzes von Kleinanlegern“.

► www.bmfv.de

Auf der Website des Bundesfinanzministeriums steht der gesamte Gesetzestext als Download zur Verfügung. Hier findest Du auch das im Dezember 2017 veröffentlichte Schreiben des Ministeriums zur „Spendenrechtlichen Beurteilung von Crowdfunding“.

► www.bundesfinanzministerium.de

DiNa-Tipp 4: Achte bei der Wahl einer Crowdfunding-Plattform auf die Zielgruppe Deiner Spendenkampagne!

Crowdfunding lohnt sich nur, wenn die Zielgruppe regelmäßig online ist und offen für diesen Weg der Ansprache. Verschaffe Dir vorab einen Überblick über die unterschiedlichen Nutzergruppen und inhaltlichen **Schwerpunkte der Plattformen**, um Dein Projekt an der richtigen Stelle, das heißt möglichst öffentlichkeitswirksam zu platzieren. Bedenke dabei, ob es die größte Plattform sein muss oder sich eine thematisch begrenzte, kleinere Plattform besser eignet. 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.



Erstelle eine Zielgruppenanalyse für Deine nächste Spendenaktion. Wer sind die aktuellen Förderer, Mitglieder, Mitarbeiter*innen und Ehrenamtlichen? Wen willst Du gezielt ansprechen? Denke dabei auch an beteiligte Personen und Institutionen im Umfeld Deines Vereins wie zum Beispiel staatliche Stellen, Behörden, Nachbarn. Welche Kanäle könnten sich zur Spendensammlung eignen?



Eine Übersicht über eine Vielzahl existierender Plattformen findest Du auf dem **Crowdfunding Informationsportal**. Hier kannst Du auch gezielt nach Spendenplattformen suchen.

► www.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. Ihnen wird bei der Umsetzung ihrer Finanzierungsprojekte weitere Hilfe angeboten, etwa in Form von persönlicher Beratung oder bei der Planung von Kommunikationsmaßnahmen.

► www.99funken.de

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

► www.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.

► www.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**.

► www.indiegogo.com

► www.kickstarter.com

DiNa-Tipp 5: Prüfe die Datenschutzbestimmungen der Plattform, bevor Du eine Entscheidung triffst!

Bevor Du Dich für eine Crowdfunding-Plattform entscheidest, solltest Du unbedingt deren Arbeitsweise anhand der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) prüfen. 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?



Überprüfe bei drei Crowdfunding-Plattformen, wie mit dem Thema Datenschutz umgegangen wird. Ist das Thema prominent auf der Website platziert und in angemessener Ausführlichkeit dargestellt?

DiNa-Tipp 6: Prüfe vor Deiner Wahl, 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)?

DiNa-Tipp 8: Plane die einzelnen Schritte Deiner Spendenkampagne sorgfältig!

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

1. Die **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 Deiner Vereinswebsite findest Du im DiNa-Handbuch „Homepage: Sicher gestalten, organisieren und pflegen“.

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 solltest Du zudem das sichere Zahlungsverfahren festlegen.
3. **Verbreitung** über die Website und soziale Netzwerke: Informiere Mitglieder, Freund*innen, Medien, Facebook-Fans und Twitter-Follower über die aktuelle Spendenaktion. 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 Spender*innen informiert, die über direkte Kontakte nicht erreichbar wären.



Was bei der Kommunikation über soziale Netzwerke zu beachten ist, kannst du im DiNa-Handbuch „Soziale Netzwerke: Kennenlernen, nutzen und souverän kommunizieren“ nachlesen.



DiNa-Handbuch „Soziale Netzwerke: Kennenlernen, nutzen und souverän kommunizieren“

DiNa-Tipp 7: Achte auf eine transparente und ansprechende Kommunikation Deines Spendenprojekts!

Nur ein Teil der Crowdfunding-Projekte ist erfolgreich und erreicht die gewünschte Summe. Deine **Chance auf Erfolg** erhöhst Du, wenn Du die folgenden Punkte berücksichtigst:

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 die hundertste Bitte um Unterstützung für das Vereinsleben. Wichtig ist in dem Zusammenhang, dem Projekt wortwörtlich ein Gesicht zu geben. Zeige Dich und Dein Team! Zeige, wer ihr seid, welche Eigenheiten ihr habt, wie viel Leidenschaft ihr für eure Sache empfindet und warum die Unterstützung durch andere an dieser Stelle so wichtig ist.

Gute Kommunikation

Die Plattformbetreiber sind nicht für die Kommunikation zuständig, das muss Dein Verein selbst übernehmen. Informiere potenzielle Spender*innen 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. Es sollte jederzeit klar sein, wofür genau gespendet wird. Auf Fragen zum Projekt sollte schnellstmöglich eingegangen werden. Damit schaffst Du weiter Vertrauen und beweist, dass Dir Dein Vorhaben am Herzen liegt und Du auch bei möglicherweise unangenehmen Fragen bereitwillig Auskunft gibst.

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, solltest Du regelmäßig Updates zum aktuellen Stand posten. 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.



Recherchiere auf einer Crowdfunding-Plattform ein Projekt, das Du als förderungswürdig erachtest. Aus welchen Gründen glaubst Du an den Erfolg des Projekts beim Crowdfunding?



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.

► www.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.

► www.spendenideen.org



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

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.

► www.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.

► www.dfrv.de/fundraising-branche/ethik-im-fundraising



Sponsoring & Förderung: Wie Du zuverlässige Partner findest

Was unterscheidet Sponsoring von einer Spende? Welche rechtlichen Besonderheiten sind hier zu beachten? Und wo findest Du seriöse Stiftungen? Die deutsche und europäische Förderlandschaft ist sehr vielfältig. Ein Überblick über die Möglichkeiten und Kriterien hilft, das Projekt Deines Vereins erfolgreich zu platzieren. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

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 Empfänger der Leistungen beinhaltet im Wesentlichen:

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

Im Gegensatz zur uneigennütigen 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 Dein Verein, verpflichten.



Im Netz findest Du diverse Vorlagen für einen **Sponsoringvertrag**. Das Vereins-, Informations-, Beratungs- und Schulungs-System VIBSS des Landessportbunds Nordrhein-Westfalen bietet einen Mustervertrag mit allen relevanten Bausteinen. Auf der Seite findest Du auch Informationen zu Rechtsgrundlagen eines solchen Vertrags. Gib dazu auf der Website in das Suchfeld die Begriffe „Sponsoringvertrag Checklisten“ ein.
▶ www.vibss.de

Die Plattform **Vereinswelt**, ein Angebot der Verlag 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.
▶ www.vereinswelt.de/vereinssponsoring-vertrag

DiNa-Tipp 9: Wähle potenzielle Sponsoren, die zu den ethischen Grundsätzen Deines Vereins passen!

Bei der Suche nach einem geeigneten Sponsoring-Partner ist es besonders wichtig zu prüfen, ob das Unternehmen zu Deinem Verein 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 Deines Vereins 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.



Recherchiere im Internet und erstelle eine Liste von fünf Unternehmen, die sich Deiner Meinung nach für ein Sponsoring Deines Vereins eignen würden.

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

DiNa-Tipp 10: Prüfe auf den Websites interessanter Stiftungen sorgfältig deren Förderkriterien!

Wenn Du eine Stiftung ausfindig gemacht hast, die zu Deinem Vorhaben beziehungsweise zu Deinem Verein passen könnte, informiere Dich ausführlich auf deren Website, bevor Du in persönlichen Kontakt trittst oder einen Antrag auf Förderung stellst. Hier findest Du die Förderkriterien und auch Informationen darüber, was ausdrücklich nicht gefördert wird. Damit solltest Du Dich im Vorfeld gründlich beschäftigen, um keine Zeit und Mühen an einen Antrag zu verschwenden, dessen Idee von vornherein keine Aussicht auf Erfolg hat.



Wähle aus der Stiftungssuche des Bundesverbands drei Stiftungen, deren Profile für Deinen Verein interessant wären. Besuche deren Websites und prüfe die Förderkriterien.

Mehr digitale Themen

Du möchtest Dich aktuell zur digitalen Sicherheit informieren und mögliche Sicherheitsprobleme schnell beheben?

Lade kostenlos die SiBa-App herunter:

► www.sicher-im-netz.de/siba

Starte auf Deinem Gerät den DsiN-Computercheck, um Fehler im System zu erkennen und zu beheben.

► www.sicher-im-netz.de/dsin-computercheck

Du möchtest 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 DsiN-BSI-**Cyberfibel für digitale Aufklärung** 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. ► www.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.

► www.digital-kompass.de

Du interessierst Dich für aktuelle digitalpolitische 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. ► www.oeffentliche-it.de

Du hast noch Fragen?

Schreibe eine E-Mail an:
dina@digitale-nachbarschaft.de

Informationen zu aktuellen Veranstaltungen, Webinaren und weitere Materialien findest Du auf unserer Website:

► www.digitale-nachbarschaft.de

BSI für Bürger ist ein kostenloses Informationsangebot des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik zum sicheren Surfen im Internet.

► www.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.

► www.so-geht-digital.de

Über uns und unsere Partner



Deutschland sicher im Netz e. V.

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.



Das Bundesministerium des Innern und für Heimat

Die Aufgaben des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) sind ebenso vielfältig wie verantwortungsvoll. Das Spektrum reicht von der Rolle als Hüter der Verfassung und Förderer des gesellschaftlichen Zusammenhalts über die Integration, Sportförderung des Bundes und die Informationstechnik bis hin zu den Sicherheitsaufgaben. Als „Verfassungs- und Kommunalministerium“ ist das BMI für die Modernisierung von Staat und Verwaltung zuständig, aber auch für Kernfragen der staatlichen und föderalen Ordnung wie beispielsweise das Wahlrecht. Ziel der Digitalpolitik des Bundesministeriums des Innern ist es, die vielfältigen Chancen der Digitalisierung für möglichst viele Menschen zu ermöglichen und zugleich etwaige Risiken zu minimieren.



Die Deutsche Telekom AG

Die Deutsche Telekom ist eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Chancengleiche und aktive Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft ist der Telekom stets ein wichtiges Anliegen. Mit ihrem Angebot „Medien, aber sicher“ leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung der Digitalisierung in der Gesellschaft, indem ein kompetenter, verantwortungsvoller und

dadurch sicherer Umgang mit neuen Technologien ermöglicht werden soll. Ziel ist die Förderung von Medienkompetenz für Jung und Alt. So zeigt die Deutsche Telekom mit den #DABEI-Geschichten Möglichkeiten für Partizipation und verantwortliches Handeln im Netz auf und möchte zur kritischen Auseinandersetzung motivieren.



Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) ist ein Zusammenschluss von Akteuren (vorrangig Organisationen und Institutionen) aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Arbeitsleben, aus Staat und Politik, Medien und Wissenschaft. Das übergeordnete Ziel des BBE ist es, die Bürgergesellschaft und bürgerschaftliches Engagement in allen Gesellschafts- und Politikbereichen nachhaltig zu fördern. In der Kooperation mit DsiN trägt das BBE im Projekt Digitale Nachbarschaft nachhaltig zur Förderung von Engagierten im Umgang mit den Chancen der Digitalisierung bei. Das Netzwerk versteht sich als Wissens- und Kompetenzplattform für bürgerschaftliches Engagement.



Die Deutsche Bahn

Die Deutsche Bahn ist eines der führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen und beschäftigt weltweit rund 330.000 Mitarbeiter – davon rund 205.000 in Deutschland. Die Bahn gestaltet und betreibt die Verkehrsnetzwerke der Zukunft. Als Mobilitätsdienstleister trägt sie eine große Verantwortung für Menschen und Güter – und das rund um die Uhr. Dabei ist Sicherheit das höchste Gut für ihre Kunden und Mitarbeiter. Gemeinsam mit Deutschland sicher im Netz e.V. unterstützt die Bahn Vereine und Initiativen im sicheren und selbstbestimmten Umgang mit dem Internet, um die Chancen der Digitalisierung zu nutzen. Dabei steht die Stärkung der IT-Kompetenz und die Befähigung rund um das Thema Mobilität im Vordergrund.

Ein Projekt von:



Mit Unterstützung von:



Gefördert durch:



In Kooperation mit:



Deine DiNa ist nah dran ...

- an Deinem Verein: Die DiNa-Treffs und DiNa-Mobile sind analoge Begegnungsorte für digitale Themen.
- an Deinen Themen: Die DiNa-Angebote und Materialien entwickeln wir aus der Praxis des freiwilligen Engagements.
- an Deiner Art zu lernen: Die DiNa-Workshops und Webinare zeigen die Chancen des Internets und wie Du sie sicher nutzt.

www.digitale-nachbarschaft.de

  @digitalenachbarschaft