

# Richtlinien zur Kampagnenförderung

Stand: 10. Juli 2009

Soziale Bewegungen verändern die Gesellschaft. Die Stiftung bridge – Bürgerrechte in der digitalen Gesellschaft unterstützt soziale Bewegungen im digitalen Zeitalter: Gefördert werden Kampagnen, die sich für Bürgerrechte wie Meinungsfreiheit und informationelle Selbstbestimmung und für einen fairen Zugang zu Wissen einsetzen. Die Kampagnenförderung ist eines der Förderinstrumente, das die Stiftung bridge zu diesem Zweck einsetzt. Neben der Kampagnenförderung bestehen noch die Basisförderung und das BewegungsarbeiterInnen-Programm (siehe Kriterien für die Auswahl und Überprüfung von BewegungsarbeiterInnen).

Diese Richtlinien führen aus, welche Kampagnen sozialer Bewegungen für eine Förderung durch die Stiftung in Frage kommen. Als Kampagne definieren wir eine Reihe zeitlich begrenzter und aufeinander abgestimmter Aktivitäten mit einer Dauer von mehreren Wochen bis zu mehreren Jahren. Ihr Ziel ist es, auf Grundlage einer Analyse der Ausgangssituation politische bzw. gesellschaftliche Änderungen herbei zu führen oder einer Verschlechterung entgegen zu wirken.

Änderungen dieser Richtlinie können jederzeit vom Stiftungsrat beschlossen werden. Die jeweils aktuelle Version findet sich unter

<http://www.stiftung-bridge.de>

Wir bitten alle potentiellen AntragstellerInnen, diese Richtlinien sorgfältig zu lesen. Bis zu 90 Prozent der bei uns eingehenden Anträge entsprechen nicht den Richtlinien und werden deshalb umgehend abgelehnt. Siehe insbesondere »5. Was die Stiftung nicht fördert«.

## Aufbau

1. Grundsätze der Förderung.....	2
2. Die Kampagnenförderung.....	3
3. Aufbau des Antrages.....	5
4. Antrags- und Vergabeverfahren.....	7
5. Was die Stiftung nicht fördert.....	9

# 1. Grundsätze der Förderung

Die Stiftung bridge unterstützt soziale Bewegungen, deren Zielsetzungen mit einem oder mehreren in unserer Satzung (§ 2) definierten gemeinnützigen Zwecken übereinstimmen. Die Stiftung bridge definiert soziale Bewegungen als Netzwerke von Personen, zivilgesellschaftlichen Gruppen und Organisationen, die – gestützt auf gemeinsame Ziele und Werte – sozialen und / oder politischen Wandel durch kollektive öffentliche Aktionsformen und Proteste fördern oder verhindern wollen.

Der Netzwerkcharakter sozialer Bewegungen bringt es mit sich, dass nicht soziale Bewegungen als Ganze, sondern nur Kampagnen, Gruppen oder Organisationen innerhalb von Bewegungen sowie einzelne Personen (»BewegungsarbeiterInnen«) gefördert werden können. Unterstützt werden vorzugsweise Bewegungsorganisationen und Kampagnen, die aufgrund ihrer inhaltlichen Zielsetzung oder Arbeitsweise keine oder wenig Förderung durch andere Stiftungen oder öffentliche Einrichtungen erhalten. Das ist beispielsweise der Fall, wenn die thematisierten Anliegen neu und gesellschaftlich hoch umstritten sind.

Die Stiftung bridge unterstützt vor allem mittel- und langfristig angelegte Strategien für politischen und gesellschaftlichen Wandel im Sinne der o.g. Zielsetzung. In begründeten Ausnahmefällen – z.B. wenn es eine dringende politische Situation erforderlich macht (siehe Informationen zum Eilantragsverfahren) – werden auch kurzfristig angelegte Aktivitäten gefördert.

Die Stiftung fördert die Arbeit bestehender Initiativen und Bewegungsorganisationen ebenso wie den Aufbau neuer Bewegungsorganisationen. Neugründungen können notwendig werden, weil politische und gesellschaftliche Veränderungen immer wieder zu neuen Problemen (z.B. Risiken der Gen-Technik) oder zu neuen Ansatzpunkten für politische Veränderung führen (z.B. Möglichkeiten des Internets), die von bestehenden sozialen Bewegungen nicht aufgegriffen werden.

Wegen ihrer begrenzten finanziellen Mittel kann die Stiftung bridge immer nur einen Teil aller Anträge bewilligen und folglich auch nur einen kleinen Teil der berechtigten Anliegen sozialer Bewegungen unterstützen. Die Stiftung begreift es als Verpflichtung, ihre Fördergelder so einzusetzen, dass deren Wirkung optimal ist.

## **Gemeinnützigkeit:**

Aus steuerrechtlichen Gründen können nur als gemeinnützig anerkannte Organisationen Zuschüsse erhalten. Einige StifterInnen haben sich außerhalb der Stiftung bridge zusammengeschlossen und den treuhänderisch verwalteten **Fonds Zivilcourage** eingerichtet. Er unterstützt Projekte, die mit den engen Kriterien der Gemeinnützigkeit nicht zu vereinbaren sind, da sie auf dem Prinzip des zivilen Ungehorsams basieren. Die Entscheidung über solche Projekte erfolgt auf Grundlage derselben Kriterien wie im Falle von gemeinnützigen Projekten. Wenn Sie wissen wollen, ob Ihr Projekt für den Fonds Zivilcourage geeignet ist, dann senden Sie eine halbseitige Beschreibung der Idee per eMail an [fonds-zivilcourage@jpberlin.de](mailto:fonds-zivilcourage@jpberlin.de). Die Fonds-Verwaltung setzt sich dann mit Ihnen in Verbindung.

## 2. Die Kampagnenförderung

Gesellschaftliche und politische Veränderungen brauchen viel Zeit und Engagement und einen entsprechend langen Atem. Ziel und Zweck der Kampagnenförderung ist deswegen nicht die Förderung einzelner Aktivitäten wie einer Demonstration oder einer Pressekonferenz, sondern die finanzielle Unterstützung von strategischen Kampagnen im Sinne der oben genannten Definition. Solche Kampagnen können auf regionaler, bundesweiter oder internationaler Ebene angesiedelt sein.

### Ziele

Wir unterstützen ausschließlich Kampagnen, die sich auf die Auswirkungen oder den Gebrauch der digitalen Informationstechnologie beziehen, deren Ziele also die Förderung von Bürgerrechten wie Meinungsfreiheit und informationelle Selbstbestimmung oder ein fairer Zugang zu Wissen im digitalen Zeitalter sind. Kampagnen, die sich nach Einschätzung der Stiftung besonders wichtigen Zielsetzungen verschrieben haben, werden bevorzugt gefördert.

Oft sind von Bewegungen formulierte Ziele sehr weit reichend und ihre Verwirklichung übersteigt die Möglichkeiten einer einzelnen Kampagne. »Ausstieg aus der Atomenergie« oder »Bleiberecht für alle Flüchtlinge« sind Beispiele für Ziele, die sich – wenn überhaupt – erst durch das langjährige Wirken von sozialen Bewegungen erreichen lassen. Neben diesen Fernzielen sollen für die beantragte Kampagne auch erreichbare Nahziele angegeben werden wie z.B. »Das AKW Belene verhindern« oder »Die Residenzpflicht aufheben«.

Die Ziele einer Kampagne sollen nicht nur einer kleinen und abgeschlossenen Gruppe zu Gute kommen, sondern der gesamten Gesellschaft bzw. der gesamten von einem Problem oder Diskriminierung betroffenen Gruppe (z.B. politisches Engagement für die Reform der Verkehrspolitik im Gegensatz zu politischem Einsatz gegen den Bau einer Schnellstraße vor der eigenen Haustür).

### Aktivitäten

Mangels anderer Ressourcen sind öffentliche Aktionen und Proteste die zentralen Bestandteile von Bewegungskampagnen. Diese können inhaltlich als ein »Dafür« oder »Dagegen« formuliert sein und sich z.B. in Demonstrationen, Online-Aktionen, Unterschriftensammlungen, Briefaktionen oder direkter gewaltfreier Aktion äußern. Die Stiftung bridge fördert vorrangig Kampagnen, die sich dieser Mittel bedienen, weil Proteste und öffentliche Aktionen den Bewegungen die notwendige Aufmerksamkeit verleihen und nur sehr wenige Stiftungen diese Aktionsformen unterstützen.

### Kriterien

Die zur Förderung beantragten Ziele sollen mit Mitteln verfolgt werden, die diesen Zielen auch entsprechen. Die nachfolgenden Kriterien definieren den Charakter, den eine Kampagne haben muss, um gefördert werden zu können.

- **Gewaltfrei:** Durch die Kampagnen dürfen das Lebensrecht, die körperliche Unversehrtheit und die Würde von Menschen nicht verletzt werden.
- **Transparent:** Die Kampagne legt ihre Ziele und Aktivitäten öffentlich dar und steht dafür eigenverantwortlich ein.
- **Gleichberechtigt:** Die Beteiligung an der Kampagne muss allen Menschen unabhängig von Herkunft, sexueller Präferenz, Geschlecht, Ethnie und Religion möglich sein. In Ausnahmefällen (z.B. bei bestehender Diskriminierung) können

auch Kampagnen gefördert werden, an denen ausschließlich eine bestimmte Gruppe teilnimmt.

- **Ökologisch:** Die Kampagne soll natürliche Ressourcen schonend behandeln.
- **Demokratisch:** Innerhalb der Kampagne sollen Entscheidungen demokratisch getroffen werden.
- **Fair:** Die Kampagne soll die Integrität und die Rechte politischer Gegner respektieren und sich jederzeit – auch in Auseinandersetzungen – fair verhalten.
- **Partizipativ:** Kampagnen sollen Menschen zu eigenem Handeln ermutigen («empowerment») und Möglichkeiten zur Beteiligung bieten. Die Kampagnen sollen die direkt betroffenen Menschen stets mit einbeziehen und jede Form der Bevormundung oder gar Entmündigung vermeiden.
- **Selbstkritisch:** Fehler bieten die Chance, aus ihnen zu lernen. Deshalb sollen die Aktiven der Kampagne die Bereitschaft haben und sich die Zeit nehmen, das eigene Handeln, mögliche Konflikte in der Gruppe und die Arbeit der Kampagne kritisch zu reflektieren.
- **Strategisch:** Die im Rahmen der Kampagne geplanten Aktivitäten müssen vor dem Hintergrund der politischen Situation geeignet sein, die Ziele der Kampagne zu erreichen bzw. ihnen näher zu kommen.
- **Kompetent:** Die Aktiven der Kampagne müssen inhaltlich kompetent sein und auch in Bereichen wie Fundraising und Pressearbeit bewandert sein. Zumindest aber sollen sie die Bereitschaft haben, fehlende Kompetenzen zu erwerben.

### 3. Aufbau des Antrages

Jeder Antrag auf Förderung muss eine Kampagnenbeschreibung sowie einen Ausgaben- und Finanzierungsplan beinhalten. Der Umfang der Kampagnenbeschreibung soll vier DIN A4-Seiten nicht übersteigen. Der Umfang des Ausgaben- und Finanzierungsplans soll eine DIN A4-Seite nicht übersteigen.

#### Kampagnenbeschreibung

Der Aufbau eines Antrages soll sich an folgender Gliederung orientieren

1. **Zusammenfassung:** Prägnante Zusammenfassung der Strategie der Kampagne, die sich an den Fragen Wer, Was, Wie, Warum, Wann und Wo orientieren soll. Die Zusammenfassung sollte 20 Zeilen nicht übersteigen, da wir sie in unseren internen Bewertungsbogen übernehmen.
2. **Antragsteller:** Zentrale Informationen zum Antragsteller (als Initiative, Organisation, Netzwerk) und Bündnispartnern.
3. **Ausgangslage:** Sachlich fundierte Analyse und Darstellung der gesellschaftlichen Problemlage und der aktuellen politischen Rahmenbedingungen, die Ausgangspunkt für die Kampagne sind.
4. **Ziele:** Beschreibung sowohl der langfristig angestrebten politischen Ziele als auch der Zwischenziele. Achtung! Uns erreichen immer wieder Anträge, die geplante Aktivitäten als Ziele ausgeben: Die Durchführung einer Demonstration betrachten wir nicht als das Ziel einer Kampagne, sondern als ein Mittel, um ein Ziel zu erreichen – z.B. öffentlichen Druck zu erzeugen, der eine politische Veränderung zur Folge hat.
5. **Aktivitäten:** Knappe Darstellung der zentralen Kampagnenbausteine mit Erläuterungen, welche öffentlichen Aktionen und Protestformen gewählt werden.
6. **Strategie:** Wie, wann und warum können bzw. sollen die geplanten Aktivitäten der Kampagne zu den erwünschten politischen Veränderungen führen?

#### Ausgaben- und Finanzierungsplan

Der Ausgaben- und Finanzierungsplan gibt in tabellarischer Form Auskunft über die vorgesehenen Ausgaben der Kampagne und die geplante Herkunft der Einnahmen inklusive des bei der Stiftung bridge beantragten Zuschusses. Der Ausgaben- und Finanzierungsplan ist obligatorisch. Fehlt er, wird der Antrag nicht bearbeitet.

Mit einer Förderung will die Stiftung bridge einen relevanten Beitrag zur Finanzierung der Kampagne leisten. Das bedeutet, dass der Zuschuss wenigstens 10 Prozent des Kampagnenbudgets ausmachen soll. Fixe Obergrenzen für die Höhe der Kampagnenförderung bestehen nicht. Allerdings beträgt die Höhe von Zuschüssen derzeit in der Regel zwischen 3.000 und 8.000 Euro. Die Stiftung behält sich vor, ggf. weniger als die beantragten Mittel zu bewilligen.

Eine Kampagne ist erfolgreicher, wenn sie Menschen mobilisieren kann, die auch bereit sind, für die Kampagne zu spenden. Die Stiftung bridge fördert bevorzugt Kampagnen, die sich bemühen, Spenden zu werben, die der Kampagne eine unabhängige finanzielle Basis verschaffen.

Im Ausgabenplan sollen nicht nur die Kosten für die Maßnahmen aufgeführt werden, für die der Zuschuss verwendet werden soll, sondern alle relevanten Aktivitäten im

Zeitraum, für den die Förderung beantragt wird. D.h. ein Zuschuss wird für die Kampagne im Allgemeinen vergeben. Deshalb prüfen wir nicht, für welche Aktivitäten unser Zuschuss verwendet wurde, sondern wie die Kampagne durchgeführt wurde und inwieweit ihre selbst gesteckten Ziele erreicht werden konnten. Förderungsfähig sind nicht nur alle unmittelbar mit der Kampagne verbundenen Kosten, sondern - gemessen an den Gesamtausgaben - auch bis zu 50 Prozent allgemeine Ausgaben z.B. für Büro und Personal.

Zur Abrechnung einer Förderung verzichten wir auf die Einsendung von Belegen; es genügt eine tabellarische Übersicht über die tatsächlichen Ausgaben und Einnahmen sowie ein Bericht über den Verlauf der Kampagne.

## 4. Antrags- und Vergabeverfahren

### Wie wird über Anträge entschieden?

Über die Vergabe von Kampagnenförderungen wird einmal jährlich vom Stiftungsrat entschieden. Antragsschluss ist der erste Dienstag im April eines jeden Jahres.

Der Antrag muss in digitaler Form an [antrag@stiftung-bridge.de](mailto:antrag@stiftung-bridge.de) eingereicht werden - am Besten als PDF, aber auch als OpenOffice-Dokument, nicht aber als Powerpoint-Präsentation. Antrag und Finanzierungsplan sind in *einer* Datei einzureichen. Benennen Sie die Datei mit dem Namen Ihrer Organisation oder der Kampagne. Senden Sie uns keinen Ausdruck Ihres Antrages per Post zu. Die Einsendung weiterer Unterlagen oder Materialien ist weder notwendig noch erwünscht. Unaufgefordert eingesandte Anhänge können nicht zurückgesendet werden und fließen nicht in die Begutachtung der Anträge ein.

Die bis zu den Stichtagen eingegangenen Anträge werden von der Geschäftsführung geprüft. Anträge, die den Kriterien der Richtlinien entsprechen, werden der Arbeitsgruppe Antragsbewertung und folgend dem Beirat der StifterInnen zur Beratung vorgelegt. Auf Grundlage der Empfehlungen des Beirates entscheidet der Stiftungsrat über die Gewährung der Kampagnenförderung.

Bewegungsorganisationen und Initiativen, deren Anträge durch den Stiftungsrat abgelehnt wurden, die formale Prüfung aber erfolgreich bestanden haben, ermutigen wir, auch in Zukunft Anträge zu stellen.

### Eilantragsverfahren

Kampagnenförderungen können in Ausnahmefällen in einem Eilverfahren beantragt werden. Voraussetzung der Förderung ist dabei, dass sich seit dem letzten regulären Antragsschluss unvorhersehbare und gravierende Änderungen der aktuellen politischen Situation ergeben haben. Diese Veränderungen können akute Bedrohungen sein wie z.B. ein anstehender völkerrechtswidriger Krieg. Sie können aber auch, wie im Fall des Verbots bestimmter gentechnisch manipulierter Nahrungsmittel, ein Handlungsfenster für weiter reichende Aktionsziele öffnen. Beide Situationen können schnelles und entschiedenes Handeln erfordern. Eilanträge werden abgelehnt, wenn die Entwicklung der politischen Rahmenbedingungen, mit der die Dringlichkeit begründet wird, schon vor dem regulären Antragsschluss in Grundzügen bekannt war.

Kampagnenanträge im Eilantragsverfahren können jederzeit eingereicht werden. Die Stiftung prüft zunächst, ob die Bedingungen für einen Eilzuschuss tatsächlich vorliegen. Danach wird ggf. der Antrag dem Stiftungsrat zur Beschlussfassung vorgelegt. Zwischen Antragstellung und Entscheidung sollen nicht mehr als 14 Tage vergehen.

### Möglichkeit zur Voranfrage

Sollten Sie unsicher sein, ob eine Kampagne den Anforderungen dieser Richtlinien entspricht, stellen Sie eine Voranfrage, in der die Kampagne in wenigen Absätzen umrissen wird, per E-Mail an [voranfrage@stiftung-bridge.de](mailto:voranfrage@stiftung-bridge.de). Bitte geben Sie an, hinsichtlich welcher Teile dieser Richtlinien Unklarheiten bestehen.

Voranfragen werden in der Regel innerhalb von sechs Wochen beantwortet. Um eine Antwort rechtzeitig vor dem Termin zur Antragstellung am ersten Dienstag im April jeden Jahres zu erhalten, muss die Voranfrage also spätestens sechs Wochen vorher (Ende Februar) bei uns eingegangen sein.

## Zusammenarbeit zwischen Kampagne und Stiftung

Die Stiftung bridge versteht sich nicht nur als Geldgeber, sondern als Partnerin sozialer Bewegungen. Deshalb bietet die Stiftung ihren Förderprojekten Fachseminare, Beratung und Projektbegleitung sowie eine Beteiligung in Stiftungsgremien an.

Uns ist daran gelegen, mit den Projekten im Kontakt zu sein, von ihrer politischen Arbeit zu lernen und Kontakte unter den Projekten zu fördern. Wir erwarten daher von Projekten, dass sich Aktive an den Angeboten und Gremien der Stiftung beteiligen. Wichtig, aber nicht bindend ist die Teilnahme an der Strategiewerkstatt (am ersten Wochenende im März) und am Fachseminar (in der Regel das letzte Wochenende im November).

Wir erwarten die Bereitschaft, über Erfolg und Misserfolg der Kampagne zu berichten (in mündlicher und/oder schriftlicher Form). Wir sind der Auffassung, dass die Reflexion der eigenen Arbeit spätere Misserfolge minimieren kann und wollen durch die Berichtspflicht dazu anregen. Eine ehrliche Auseinandersetzung mit den Fehlern und Misserfolgen hat für uns eine höhere Bedeutung als ein geschönter Jubelbericht.

**Anmerkung:** Diese Förderrichtlinien gelten zunächst nur für soziale Bewegungen, die in Staaten mit demokratischen Strukturen (Parteienpluralismus, freie Presse, freie und geheime Wahlen und Abstimmungen usw.) aktiv sind. Für Bewegungen in nicht-demokratischen Staaten werden im Bedarfsfall eigene Förderrichtlinien ausgearbeitet.

## 5. Was die Stiftung nicht fördert

Anträge folgender AntragstellerInnen fördern wir grundsätzlich nicht:

- Einzelpersonen (mit Ausnahme von BewegungsarbeiterInnen),
- Stiftungen,
- regierungsnahe Einrichtungen,
- Parteien
- profitorientierte Organisationen

Die folgende Vorhaben fördern wir grundsätzlich nicht:

- Finanzierung von direkten Dienstleistungen (z.B. Sozialarbeit, medizinische Hilfe),
- Finanzierung bisher staatlicher Pflichtaufgaben, die aufgrund von Haushaltskürzungen nicht mehr ausreichend erfüllt werden können,
- Projekte der Entwicklungszusammenarbeit
- (einmaligen bzw. wiederkehrenden) Veranstaltungen, Festivals, Musikevents, Umzüge o.ä.

Auch Anträge zur spezifischen Finanzierung von

- Lobbyarbeit,
- Begegnungsreisen,
- Seminaren und Kongressen,
- schulischer und außerschulischer Bildungsarbeit,
- Dokumentationen und Ausstellungen,
- Theaterprojekte
- Reisekosten,
- Archiven,
- Video-, Film-, Musik-, Foto-, Internet- und Buchprojekten

werden abgelehnt, obgleich sie Teil einer Kampagne sein können, die unseren Kriterien entspricht. Wir fördern jedoch nur Kampagnen insgesamt. Entsprechend sind auch die Anträge auszurichten.

Die beantragten Kampagnen dürfen zum Zeitpunkt der Entscheidung durch den Stiftungsrat – ca. zwei Monate nach den Terminen zur Antragstellung am 15. April eines jeden Jahres – nicht bereits abgeschlossen sein.

Der Stiftung bridge fehlen die Kapazitäten, um Anträge aus dem Ausland direkt abwickeln zu können. Anträge in Verbindung mit ausländischen Partnern oder mit Aktionen im Ausland können nur von Organisationen mit Sitz in Deutschland gestellt werden.