

Richtlinien zur Kampagnenförderung

Stand: Juni 2016

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 auf unserer Website

www.stiftung-bridge.de/foerderung.html

Wir bitten alle potentiellen AntragstellerInnen, diese Richtlinien sorgfältig zu lesen. Eine Vielzahl der bei uns eingehenden Anträge entspricht nicht den Richtlinien und wird deshalb bereits in der Vorprüfung abgelehnt. Siehe insbesondere »4 Was die Stiftung nicht fördert«.

1. Grundsätze der Förderung.....	2
2. Die Kampagnenförderung – die Inhalte.....	3
2.1 Ziele.....	3
2.2 Aktivitäten.....	3
2.3 Kriterien.....	3
2.4 Zuschuss, Darlehen und Ausfallbürgschaft.....	4
2.5 Aufbau des Antrags.....	5
2.6 Kampagnenbeschreibung.....	5
2.7 Ausgaben- und Finanzierungsplan.....	6
3. Verfahrensfragen.....	6
3.1 Wie wird über Anträge entschieden?.....	6
3.2 Eilantragsverfahren.....	7
3.3 Möglichkeit zur Voranfrage.....	7
3.4 Zusammenarbeit zwischen Kampagne und Stiftung.....	7
3.5 Förderung von Kampagnen im Ausland.....	8

1. Grundsätze der Förderung

Die Stiftung bridge unterstützt soziale Bewegungen, deren Zielsetzungen mit einem oder mehreren in unserer Satzung (§ 2) definierten gemeinnützigen Zwecken übereinstimmen. Wir definieren 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 Ganzes, 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.

Wir unterstützen vor allem mittel- und langfristige 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. Das Antrags- und Entscheidungsverfahren erfolgt analog zu dem, in diesen Richtlinien beschriebenen, Verfahren. Die Kontaktadresse für Voranfragen und Anträge ist

fonds-zivilcourage@jpberlin.de

Wer seinen Antrag verschlüsselt übermitteln möchte, kann dazu den Open-PGP-Schlüssel des Fonds Zivilcourage per E-Mail anfordern.

2. Die Kampagnenförderung – die Inhalte

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.

2.1 Ziele

Wir fördern ausschließlich Kampagnen, deren Ziel der Wandel in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik hin zu mehr Demokratie, sozialer Gerechtigkeit, Frieden, Gleichberechtigung, Ökologie und Menschenrechte ist oder die Rückschritte in diesen Bereichen verhindern wollen. 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).

2.2 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.

2.3 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.

2.4 Zuschuss, Darlehen und Ausfallbürgschaft

Wir vergeben Festbetragszuschüsse, zinslose Darlehen sowie Bürgschaften oder eine Kombination dieser drei Formen.

- **Zuschuss:** Wir vergeben feste Beträge als Zuschuss, d.h. der Betrag bleibt konstant, unabhängig davon, ob die Kosten der Kampagne steigen oder sinken. Nur wenn die Gesamtausgaben der Kampagne niedriger sind als der Zuschuss, fordern wir den überschüssigen Betrag zurück. Der Zuschussbetrag liegt zwischen 3.000 € und 15.000 € (s. auch 2.7).
- **Darlehen:** Wir vergeben zinslose Darlehen insbesondere dann, wenn mit hohen Spendeneinnahmen für die Kampagne zu rechnen ist und diese durch ein Darlehen vorfinanziert werden sollen.
- **Bürgschaft:** Wir übernehmen Bürgschaften für den Fall, dass geplante aber unsichere Einnahmen nicht erzielt werden können (in der Regel Spenden, aber auch Zuschüsse anderer Stiftungen oder öffentlicher GeldgeberInnen).

Darlehen und Bürgschaft werden häufig miteinander kombiniert. Fällt ein gewährtes Darlehen aus, übernehmen wir in diesen Fällen auch die Bürgschaft und sprechen daher von **Darlehen mit Ausfallbürgschaft**. In solchen Fällen steigen unsere Anforderungen über den Nachweis, ob es ausreichend eigene Bemühungen um Spenden gegeben hat und ob die Ausgaben tatsächlich angefallen sind.

2.5 Aufbau des Antrags

Eingehende Anträge werden sorgfältig geprüft, bewilligte Anträge haben ein vierstufiges Bewertungsverfahren zu durchlaufen. Für die damit befassten Menschen bedeutet das zweimal im Jahr eine hohe Belastung, zumal uns von Runde zu Runde mehr Anträge erreichen. Wir akzeptieren daher nur noch Anträge, die **nicht zu lang** und **leicht lesbar** sind.

Das bedeutet:

Schriftart: Arial

Schriftgröße: mindestens **11 Punkt**

Zeilenabstand: mindestens **1,15-fache Zeilenhöhe (ca. 0,6 cm)**

Seitenränder: mindestens **2 cm** oben / unten / rechts / links

Papierformat: **DIN A4 längs**

Seitenanzahl: höchstens **4 Seiten** Antragstext plus **1 Seite** Finanzierungsplan

Dateiformat: **PDF**, Antrag und Finanzierungsplan sind in *einer* Datei einzureichen

Dateigröße: **maximal 200 KB** (auf Bilder, digitale Unterschriften und aufwändiges Design verzichten)

Mehr nicht: keine zusätzlichen Informationen, kein Anschreiben als PDF-Datei oder im Antragstext

Der Antrag muss in digitaler Form als PDF an die E-Mail-Adresse antrag@stiftung-bridge.de gesendet werden. Wer seinen Antrag verschlüsselt übermitteln möchte, kann dazu den Open-PGP-Schlüssel verwenden, der unter <http://www.stiftung-bridge.de/foerderung.html> abrufbar ist. Er kann auch mit einer Mail an antrag@stiftung-bridge.de angefordert werden.

Jeder Antrag auf Förderung muss die Adressdaten des Absenders/der Absenderin, eine Kampagnenbeschreibung sowie einen Ausgaben- und Finanzierungsplan beinhalten. (Ein Musterfinanzplan findet sich unter <http://www.bewegungsstiftung.de/downloads.html> unter dem Punkt „Förderung“).

Die Datei sollte mit dem Namen der Organisation oder Kampagne benannt werden.

Die strikte Einhaltung der formalen Kriterien soll gewährleisten, dass alle Anträge die gleiche Chance haben, sich zu präsentieren. Die Gremien, die über die Anträge entscheiden, arbeiten überwiegend ehrenamtlich und sollen nicht durch zu viel Informationen überlastet werden. Zudem weisen AntragstellerInnen, die sich an die formalen Bedingungen gehalten haben, nach, dass sie ihr Anliegen knapp aber verständlich darstellen können. Nicht zuletzt wollen wir Euch zu viel Arbeit mit den Anträgen ersparen.

Anträge, die diese Vorgaben nicht erfüllen, werden ohne Berücksichtigung des Inhalts aus formalen Gründen abgelehnt.

2.6 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. Aus steuerrechtlichen Gründen können

nur als gemeinnützig anerkannte Organisationen Zuschüsse von der Stiftung bridge erhalten. Antragssteller, die diese Voraussetzung nicht erfüllen, sollten in ihrem Antrag angeben, über welchen gemeinnützigen Kooperationspartner die Auszahlung erfolgen soll.

3. **Ausgangslage:** Sachlich fundierte, aber knappe Analyse 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 Teil- oder auch Etappenziele.
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. **Strategie:** Wie, wann und warum können bzw. sollen die geplanten Aktivitäten der Kampagne zu den erwünschten politischen Veränderungen führen?
6. **Aktivitäten / Maßnahmen:** Knappe Darstellung der zentralen Kampagnenbausteine mit Erläuterungen, welche öffentlichen Aktionen und Protestformen gewählt werden.

2.7 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. Wir stellen im Downloadbereich unserer Website einen Musterfinanzplan zur Verfügung.

Mit einer Förderung will die Stiftung bridge einen relevanten Beitrag zur Finanzierung der Kampagne leisten. Das bedeutet, dass der Zuschuss mindestens 10 Prozent des Kampagnenbudgets ausmachen soll. Zuschüsse werden zwischen 3.000 und 15.000 Euro vergeben, die in gut begründeten Ausnahmefällen auch überschritten werden können. Die Ausnahmefälle müssen im Antrag explizit begründet werden. Die Stiftung behält sich vor, ggf. weniger als die beantragten Mittel zu bewilligen.

Eine Kampagne ist aus unserer Erfahrung meist erfolgreicher, wenn sie Menschen mobilisieren kann, die auch bereit sind, für die Kampagne zu spenden. Wir erwarten im Antrag Aussagen dazu, wie und in welcher Höhe Spenden für die Kampagne geworben werden sollen.

Im Ausgabenplan sollen nicht nur die Kosten für die Maßnahmen aufgeführt werden, für die der Zuschuss verwendet werden soll, sondern alle relevanten Aktivitäten der Kampagne im Zeitraum, für den die Förderung beantragt wird. Denn ein Zuschuss der Stiftung bridge 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.

3. Verfahrensfragen

3.1 Wie wird über Anträge entschieden?

Über die Vergabe von Kampagnenförderungen für die Stiftung bridge wird einmal jährlich vom Stiftungsrat entschieden. Antragsschluss ist der erste Dienstag im April. In Ausnahmefällen gibt es eine zweite Förderrunde im Herbst. Antragsschluss ist dann der erste Dienstag im September. Diese Sonderförderrunden werden auf der Internetseite der Stiftung bridge bekannt gegeben. Nach Antragsschluss dauert es in der Regel acht Wochen, bis die Förderentscheidung feststeht. Die Antragssteller werden dann von uns über das Ergebnis informiert.

Die beantragten Kampagnen müssen mindestens bis zwei Monate nach der Entscheidung des Stiftungsrates andauern.

Die bis zu den Stichtagen eingegangenen Anträge werden von zwei ErstprüferInnen der Arbeitsgruppe Antragsbewertung geprüft. Anträge, die den Förderrichtlinien entsprechen, werden der AG Antragsbewertung und bei positiven Beschluss nachfolgend dem Beirat der StifterInnen zur Beratung vorgelegt. Auf Grundlage der Empfehlungen des Beirates entscheidet der Stiftungsrat über die Gewährung der Kampagnenförderung.

3.2 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 weiterreichende 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.

3.3 Möglichkeit zur Voranfrage

Wer unsicher ist, ob eine Kampagne den Anforderungen dieser Richtlinien entspricht, kann eine Voranfrage, in der die Kampagne in wenigen Absätzen umrissen wird, per E-Mail an voranfrage@stiftung-bridge.de stellen. Dabei sollte angegeben werden, 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 und September jeden Jahres zu erhalten, muss die Voranfrage also spätestens bis Ende Februar bzw. Ende Juli bei uns eingegangen sein.

3.4 Zusammenarbeit zwischen Kampagne und Stiftung

Die Stiftung bridge versteht sich nicht nur als Geldgeberin, 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 wünschen uns daher von Projekten, dass sich Aktive an den Angeboten und Gremien der Stiftung beteiligen. Wichtig, aber nicht bindend ist die Teilnahme an der Strategiewerkstatt (in der Regel am ersten Wochenende im März) und am Fachseminar (in der Regel am letzten 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.

3.5 Förderung von Kampagnen im Ausland

Der Bewegungsstiftung 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.

Wenn ein Projekt in erster Linie auf eine politische Entscheidung im Ausland abzielt (also nicht eine Entscheidung hiesiger PolitikerInnen oder Banken/Unternehmen oder Ähnliches beeinflussen will, sondern z.B. auf eine Gesetzgebung im Zielland einwirken will oder auf ein dort angesiedeltes Unternehmen), müssen die AntragstellerInnen folgende weitergehende Informationen geben:

I. Information über die/den ausländischeN PartnerIn und eine Kurzfassung der Geschichte der Zusammenarbeit sowie die Praxis des kontinuierlichen Austausches.

Die Informationen sollen geeignet sein, einen Eindruck zu gewinnen, ob die Arbeit des/der ausländischen ProjektpartnerIn (ebenso wie die des/der deutschen) den Förderkriterien der Bewegungsstiftung entspricht und ob es sich um eine gleichberechtigte Partnerschaft handelt.

Die Kooperationsgeschichte kann sehr knapp gefasst sein und soll vor allem einen Eindruck vermitteln, welche Erfahrungen vorliegen und welche Handlungsfähigkeit erreicht werden konnte. Ferner ist uns wichtig zu wissen, wie die Kommunikation zwischen den PartnerInnen gelingt und ob und wie beide PartnerInnen miteinander zu Entscheidungen kommen.

II. Darstellung der Lage im Zielland und Darstellung der „Theory of change“

Um eine Einschätzung der Kampagne von Seiten der Stiftung zu ermöglichen, soll zudem eine prägnante Darstellung der politischen Situation im Zielland eingereicht werden. Diese soll einen allgemeinen Eindruck der Lage vermitteln sowie das Kampagnenthema politisch verorten. Darüber hinaus sollen die Antragsteller darlegen, wie nach ihren Vorstellungen sozialer Wandel im Zielland gelingen kann und wie diese grundsätzliche Überlegung in ihre Strategie eingeflossen ist.

Die Angabe einer Quelle zur Überprüfung dieser Angaben soll im Antrag vom Projekt mitgeliefert werden. Die Angabe von Quellen, die das Kampagnenthema und/oder die Antragstellerin im jeweiligen Land politisch verorten können, soll mitgeliefert werden.

4. 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,
- (einmalige bzw. wiederkehrende) Veranstaltungen, Festivals, Musikevents, Umzüge o.ä.

Auch Anträge zur spezifischen Finanzierung von

- Lobbyarbeit,
- Begegnungsreisen,
- Seminaren und Kongressen,
- schulischer und außerschulischer Bildungsarbeit,
- Dokumentationen und Ausstellungen,
- Theaterprojekten,
- 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 als Ganzes. Entsprechend sind auch die Anträge auszurichten.

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.