This project has been funded with support from the European Commission.
This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

EMwoSE

women from ethnic minorities in social enterprise

FINANZIERUNG

Modul 5

Contents

1. Wie und warum kann Ihre SE gefördert werden?
2. Welche Arten von Finanzierung sind für Ihre SE verfügbar?
3. Öffentliche Mittel (lokale, kommunale, regionale, nationale Mittel)
4. Private Finanzierung (Unternehmen, Stiftungen, etc.)
5. Europäische Fördermittel
6. Fundraising
7. Crowdfunding
8. Spenden
9. Buchführungsaspekte (Probleme und deren Lösung)
10. Web-Lösungen: Plattformen, Web-Lösungen, soziale Medien
11. Wie man ein Finanzierungs-Team startet
12. Wie Sie ein "kreatives" Team gründen
13. Erstellen Sie Ihr "SE Digital Storytelling Video" für die Promotion Ihrer SE
14. Erstellen Sie Ihre "SE-Support-Community"
15. Wie Sie die Resonanz Ihrer "Funding-Aktivitäten" messen

1. Wie und warum kann Ihr Soziales Unternehmen gefördert werden?

Macht es Sinn, über Investitionen in Sozialunternehmen zu sprechen? Beginnen wir mit der Feststellung, dass ein Sozialunternehmen nicht auf Wohltätigkeit und Philanthropie zurückgreifen sollte, außer in einer Startphase. Eines der Hauptmerkmale, das es von anderen Organisationen des dritten Sektors unterscheidet, ist nämlich seine Fähigkeit, seinen sozialen Zweck durch ein Modell zu erreichen, das auf dem Markt wirtschaftlich nachhaltig ist. Ein Sozialunternehmen, das durch private Wohltätigkeit oder öffentliche Subventionen aufrechterhalten wird, ist irgendwie ein Widerspruch in sich. An diesem Punkt können wir nicht von einem Unternehmen sprechen, sondern nur von einer gemeinnützigen Organisation.

Als Idee sind Sozialunternehmen schwierig zu verstehen und noch schwieriger zu gestalten. Es geht nicht nur um Profit und es geht nicht nur um soziale Verbesserung. Sie sind eine Kombination aus beidem, und wenn sie gegründet werden, muss der Leiter in der Lage sein, diese beiden Werte auszubalancieren

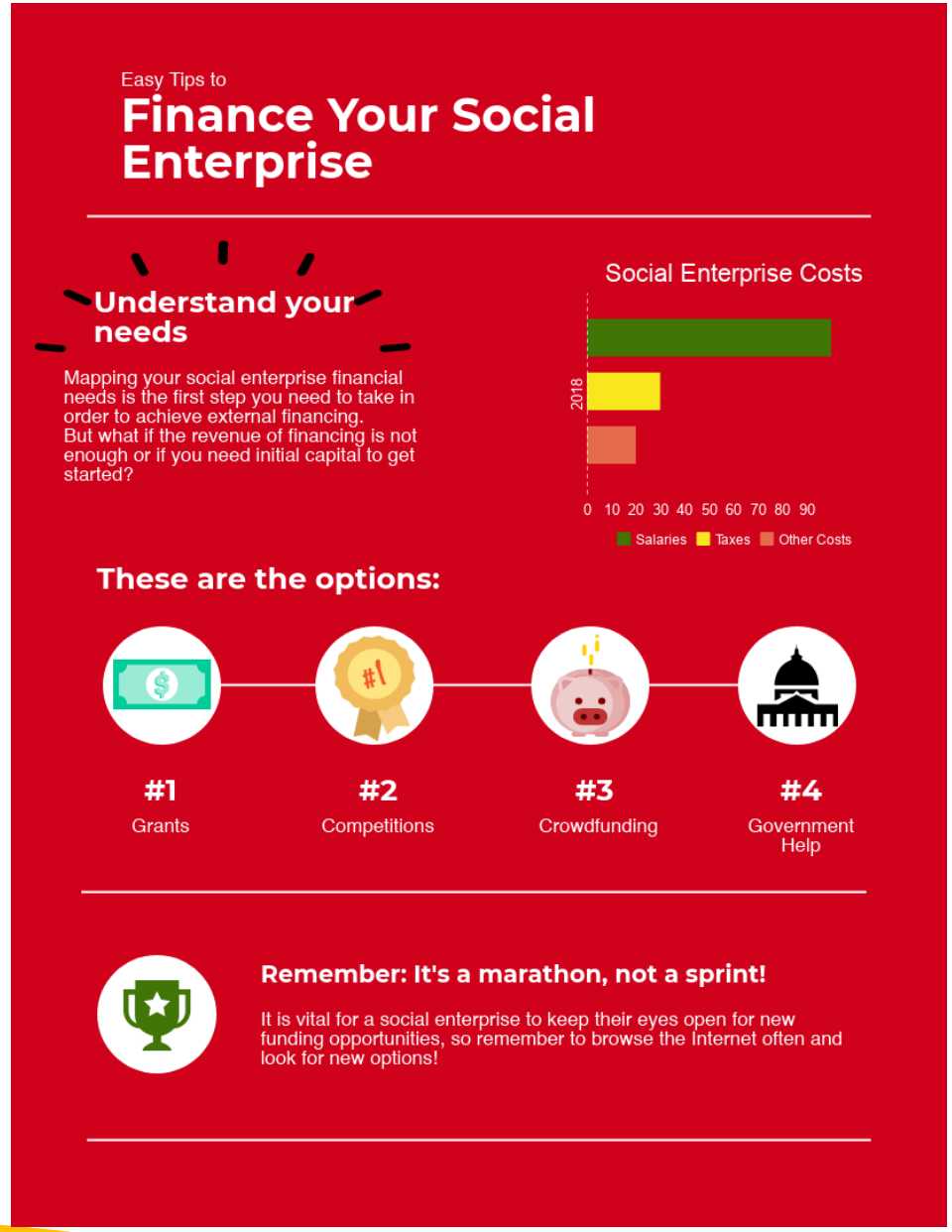
In den letzten Jahren wurden mehrere neue Initiativen und Finanzierungsmöglichkeiten geschaffen, darunter neue Modelle, Plattformen, um die Verfügbarkeit von Kapital für Sozialunternehmen in Europa zu erhöhen.

Es gibt einige Sozialbanken, die in vielen EU-Ländern tätig sind und sich auf Unternehmen konzentrieren, die einen klaren Fokus auf die Realisierung sozialer und ökologischer Werte haben. Die Europäische Kommission selbst ist sehr an der Finanzierung von Sozialunternehmen interessiert, da sie den lokalen Gemeinschaften Vorteile bringen und die Gesellschaft voranbringen können.

2. Welche Arten von Fördermitteln sind für Ihre SE verfügbar?

Wenn es darum geht, die Finanzierung für Ihre Idee, Ihr Projekt oder, wie in unserem Fall, Ihr Sozialunternehmen zu sichern, wenden sich viele Menschen an Familie und Freunde oder persönliche Mittel. Der Vorteil dieses Ansatzes ist ganz sicher, dass Sie keine Anteile an potenzielle Investoren abgeben müssen und Sie die volle Kontrolle über das Unternehmen behalten. Darüber hinaus gibt es viele andere Zuschüsse oder Fördermittel, für die Sie sich bewerben können.
Hier ein paar Beispiele:

#PlayEurope: HOW TO FINANCE YOUR BUSINESS



3. Öffentliche Mittel (lokale, kommunale, regionale, nationale Mittel)

In den letzten Jahren haben die nationalen und lokalen Regierungen der EU-Länder Interesse an der Verbreitung und Stärkung der Sozialwirtschaft auf nationaler Ebene gezeigt. Das Ziel ist es, Sozialunternehmen, Sozialgenossenschaften oder solche mit Non-Profit-Status zu unterstützen.
Und wie? Vor allem durch die Vergabe von zinsgünstigen Krediten, die obligatorisch mit normalen Bankkrediten verbunden sind, und in einigen Fällen durch nicht rückzahlbare Zuschüsse.

Wenn wir wirklich einen sozialen und wirtschaftlichen Wandel in der Welt sehen wollen, müssen wir den Reichtum an Möglichkeiten in der kontra-intuitiven Partnerschaft zwischen For-Profit und Non-Profit annehmen.

4. Private Finanzierung

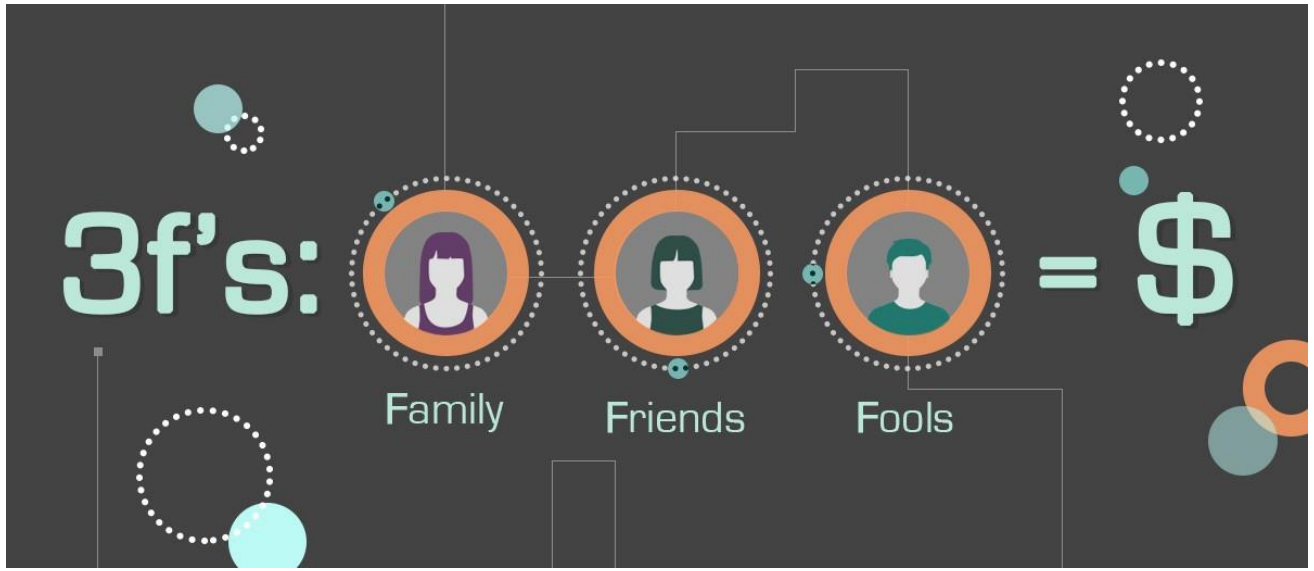
Wen werden Sie dazu bringen, Ihr Startup zu finanzieren?

FFF Freunde, Familie…Narren (Fools)

Dies ist wahrscheinlich die häufigste Finanzierungsquelle für ein Sozialunternehmen: Sie ist vielleicht die einfachste und am wenigsten zeitaufwendige. Der Nachteil ist, dass die Beschaffung von Finanzmitteln auf diese Weise zu unvorhergesehenen Problemen führen kann, da die drei Fs (auf Englisch, 2 auf Deutsch) in der Regel kein richtiges Verständnis für die Risiken haben, die mit Investitionen oder dem Verleihen von Geld verbunden sind.

Es ist selten eine gute Idee, persönliche und berufliche Beziehungen zu vermischen.

Lesen Sie hier mehr



Eine weitere Möglichkeit, Ihr Sozialunternehmen zu finanzieren, besteht darin, an einem Wettbewerb teilzunehmen. Es gibt mehrere bekannte soziale Innovationswettbewerbe, die die Gewinner mit Geld belohnen. Obwohl das Gewinnen allein noch keinen Erfolg garantiert, können Wettbewerbe eine großartige Möglichkeit sein, um Aufmerksamkeit zu erregen und Anerkennung aufzubauen, neue Leute zu treffen, mit denen man zusammenarbeiten kann.

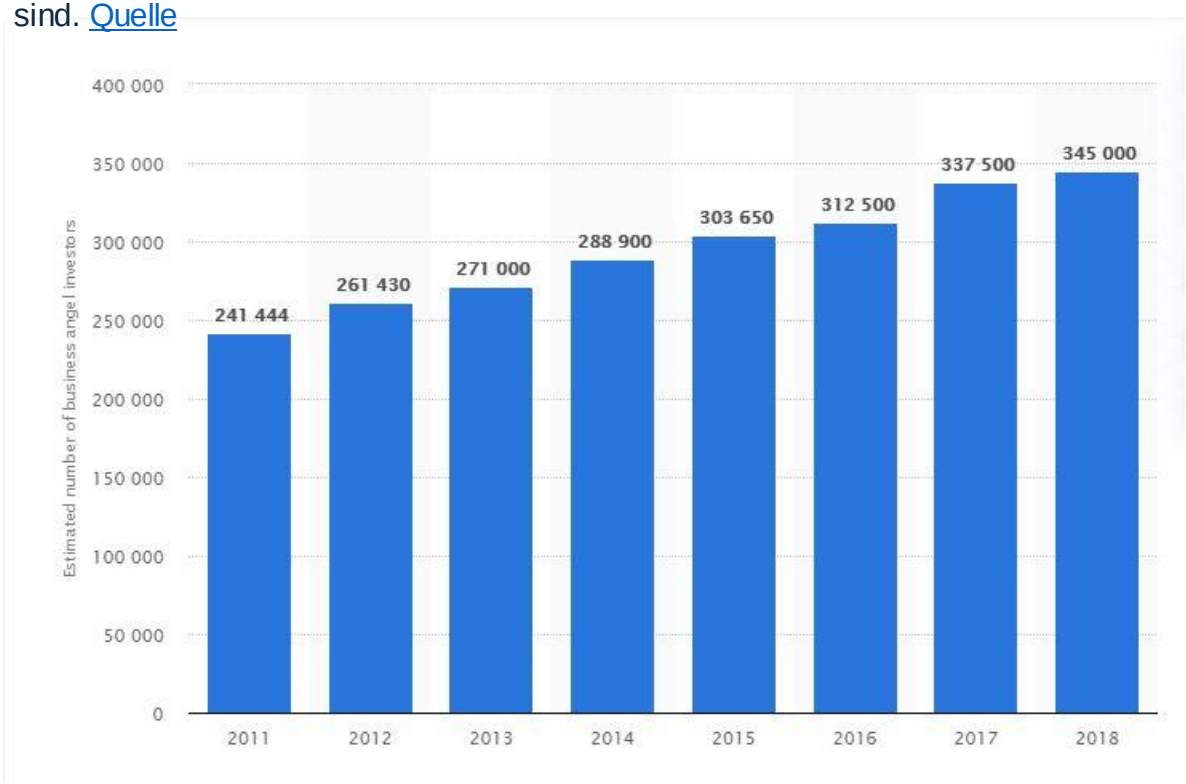
Werfen Sie einen Blick auf die großen internationalen Wettbewerbe, die nach EntrepreneurInnen suchen, die die Welt verändern wollen.

4. Private Finanzierung (Unternehmen, Stiftungen, etc.)

Business Angels, die in Sozialunternehmen investieren wollen, nehmen in Europa zu. Zusätzlich zur finanziellen Unterstützung bieten sie Expertise und Kredibilität, was sich als entscheidend für das Wachstum des dritten Sektors im Land erweist.

Der Schlüssel zur Förderung von Investitionen in Sozialunternehmen liegt in der Veränderung der Wahrnehmung, die der Sektor bei potenziellen Investoren genießt.
"Die meisten Menschen in unserer Branche haben einen extrem kritischen Blick (und das zu Recht) auf den Mainstream-Kapitalismus. Aber es gibt einen riesigen Unterschied zwischen dem, was auf dem Markt passiert, und dem, was passiert, wenn ein Engel-Investor ins Spiel kommt, der dem Unternehmen, das sich noch in der Frühphase befindet, das für seine Entwicklung entscheidende Risikokapital bietet und darüber hinaus Expertise, Netzwerk und Glaubwürdigkeit zur Verfügung stellt" David Floyd, Gründer von Social Spider.

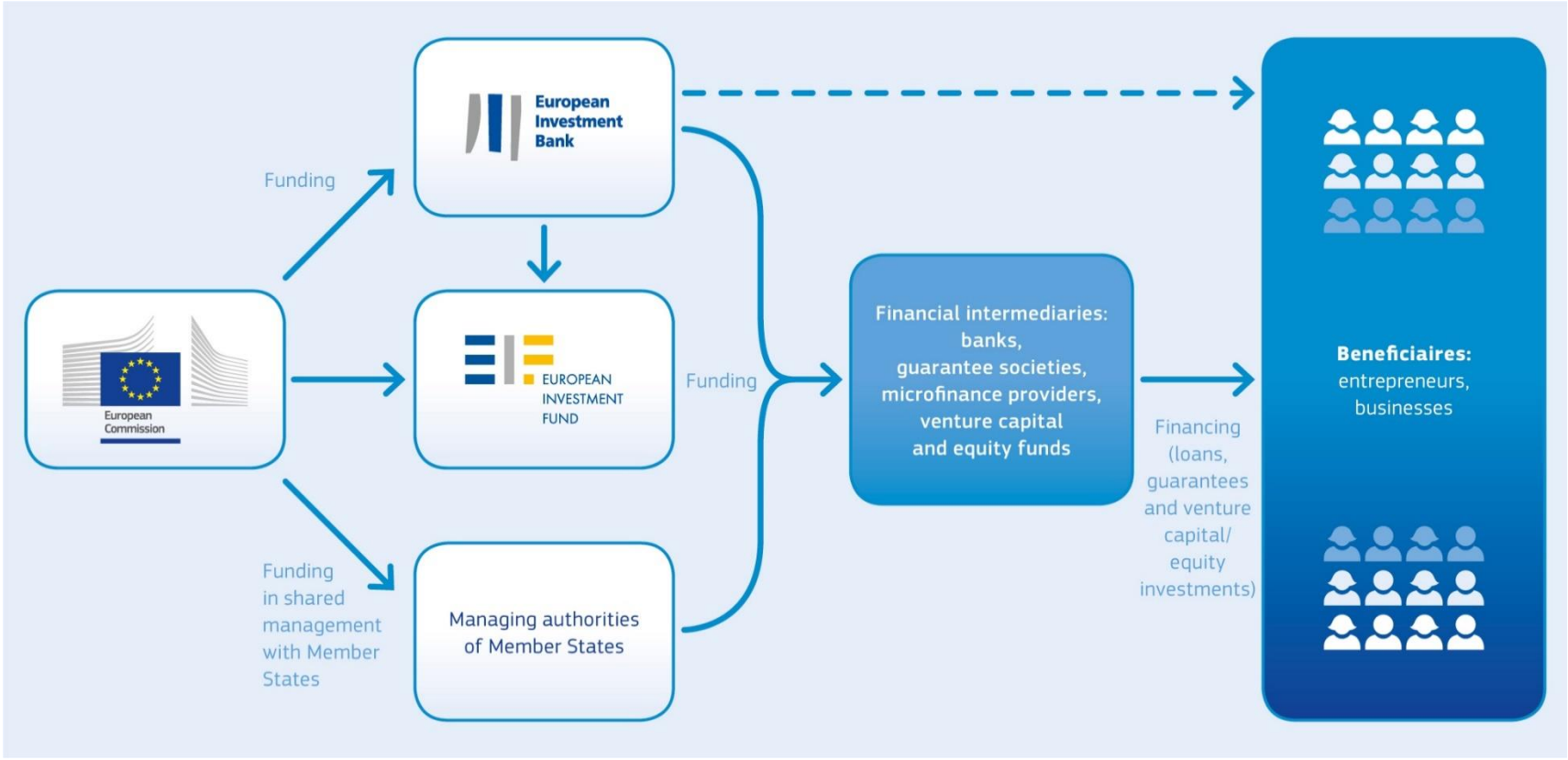
Geschätzte Gesamtzahl der Business Angels, die in Frühphasen-Investitionen auf dem sichtbaren und nicht-sichtbaren Markt in Europa von 2011 bis 2018 aktiv sind. Quelle



Lesen Sie mehr

5. Finanzierung auf europäischer Ebene

Wer kann EU-Fördermittel in Anspruch nehmen?
EU-Finanzierung ist für alle Arten von Unternehmen jeder Größe und Branche verfügbar, einschließlich UnternehmerInnen, Start-ups, Kleinstunternehmen, kleinen und mittleren Unternehmen und größeren Unternehmen. Es steht eine breite Palette von Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung: Geschäftskredite, Mikrofinanzierungen, Bürgschaften und Risikokapital. Jedes Jahr unterstützt die EU mehr als 200 000 Unternehmen.



Wie es funktioniert

Die Entscheidung für eine EU-Finanzierung wird von den **lokalen Finanzinstituten** wie Banken, Risikokapitalgebern oder Engelsinvestoren getroffen. Dank der EU-Förderung können die lokalen Finanzinstitute den Unternehmen zusätzliche Finanzmittel zur Verfügung stellen.

Die genauen Finanzierungsbedingungen - Höhe, Laufzeit, Zinssätze und Gebühren - werden von diesen Finanzinstituten festgelegt. Sie können sich an eines von über **1000 Finanzinstituten wenden**, um mehr darüber zu erfahren.

5. Finanzierung auf europäischer Ebene

Die Europäische Kommission stellt Mittel für Projekte im Bereich Beschäftigung, soziale Maßnahmen und soziale Eingliederung durch die folgenden Programme:

Europäischer Sozialfonds (ESF). Der ESF finanziert Projekte, die Menschen helfen sollen, ihre **Arbeitsqualifikationen und Jobaussichten** zu verbessern. Mehr über ESF

Europäischer Fonds für die Anpassung an die Globalisierung (EGF). Der EGF hilft Arbeitnehmern, die aufgrund veränderter globaler Handelsmuster entlassen wurden, so schnell wie möglich einen anderen Arbeitsplatz zu finden. Mehr über der EGF

Finanzierung 2021-2027. Die Kommission hat einen einfacheren und stärker integrierten Europäischen Sozialfonds (ESF+) und einen überarbeiteten Europäischen Fonds für die Anpassung an die Globalisierung (EGF) vorgeschlagen.

EU-Programm für Beschäftigung und soziale Innovation (EaSI). Das EU-Programm für Beschäftigung und soziale Innovation (EaSI) ist ein Finanzierungsinstrument auf europäischer Ebene, das direkt von der Europäischen Kommission verwaltet wird, um Beschäftigung, Sozialpolitik und Arbeitsmobilität in der gesamten EU zu unterstützen. Mehr über EaSI

Fonds für europäische Hilfe für Bedürftige (FEAD). Der FEAD unterstützt die Maßnahmen der EU-Länder zur Bereitstellung materieller Hilfe für Bedürftige. Mehr über FEAD

Sozialer Dialog. Die Kommission unterstützt Projekte im Bereich des sozialen Dialogs und der Unternehmensbeziehungen sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene - vorausgesetzt, letztere haben eine ausreichend starke transnationale/europäische Dimension - durch drei Budgetlinien. Mehr über den Sozialen Dialog

6. Fundraising

Fundraising wird im Allgemeinen (über das Wirtschaftslexikon) als der Prozess des Einwerbens von finanzieller Unterstützung definiert und ist für die meisten gemeinnützigen Organisationen ein wesentlicher Weg, um Einnahmen für die Mission ihrer Organisation zu erzielen. Beim Fundraising geht es um so viel mehr als nur um Geld zu bitten. Es besteht auch aus Mitteln, mit denen gemeinnützige Organisationen Beziehungen aufbauen, Unterstützung von Stiftungen einwerben und neue Spender gewinnen können

Verschiedene Arten von Fundraising

Generisch direkt. Es ist die übliche Sammlung, die nur dank des Ansehens des Sozialunternehmens beginnt. In diesem Fall ist es die Image-Marke des Sozialunternehmens, mit der ein Vertrauensverhältnis zu der spendenden Person aufgebaut wird und die garantiert, dass die finanziellen Mittel richtig investiert werden;

Direkt am Projekt, wenn die spendende Person motiviert ist, für ein bestimmtes Projekt zu spenden..

Indirekt am Projekt, wenn es einen funktionierenden Vermittler gibt (Fernsehen, Zeitung, Crowdfunding-Plattformen, etc.), der Gelder einwirbt, die anschließend an das Sozialunternehmen für ein bestimmtes Projekt gespendet werden. In diesem Fall ist der Grad der Sichtbarkeit der Partner wichtig. Die Rentabilität der Partnerschaft hängt nicht nur von ihrem Bekanntheitsgrad und ihrer Berühmtheit ab, sondern auch und vor allem von der Attraktivität des durchzuführenden Projekts.

Indirekt generisch, der Intermediär wirbt auf eine undeutliche Weise für das Fundraising, das einem Sozialunternehmen gespendet werden soll. In diesem Fall muss der Vermittler eine Kontinuität der Partnerschaft für einen erheblichen Zeitraum sicherstellen, um seine Nutzenmarke mit der des Sozialunternehmens zu verbinden.

6. Fundraising

Make-A-Wish teilt alle Videowünsche auf ihrem YouTube-Kanal, veröffentlicht alle bewilligten Wünsche auf ihrer Website und teilt auch Inhalte auf Facebook und Twitter. Auf diese Weise hat Make-A-Wish seine Marke ins Internet gestellt, damit die Welt mit ihr interagieren kann. Das Ergebnis können Sie hier sehen.

World Wildlife Fund: #endangeredemoji
Der WWF ermutigte seine Unterstützer, ein Bild auf Twitter zu retweeten, was sie wiederum dazu verpflichtete, jedes Mal 10 Pence (etwa 14 Cent) zu spenden, wenn sie eines der gefährdeten Emojis posteten.
WWF website

Im Jahr 2018 organisierte Mind eine Spendenaktion namens Crafternoon, bei der Menschen aufgefordert wurden, einen Nachmittag zu organisieren, an dem sie ihre Leidenschaften oder Interessen mit ihren Freunden teilen und Spenden für die Organisation sammeln, die dafür kämpft, dass niemand mit psychischen Problemen allein dastehen muss. Sie sind der Meinung, dass jeder mit einem psychischen Problem in der Lage sein sollte, Zugang zu exzellenter Pflege und Dienstleistungen zu haben.

Die ALS-Ice-Bucket-Challenge
Eines der erfolgreichsten Social-Media-Spendenprojekte aller Zeiten, die ALS Ice Bucket Challenge, hatte Tausende von Teilnehmern, gewann nationale Presseberichte und sammelte Millionen für die ALS Association website.

7. Crowdfunding

Crowdfunding: die Praxis, eine große Anzahl von Menschen dazu zu bringen, kleine Geldbeträge zu zahlen, um ein Projekt zu finanzieren, in der Regel über das Internet. Cambridge Dictionary

Crowdfunding ist ein Online-Fundraising-Verfahren.
Über eine Webplattform werden diejenigen, die eine private Initiative, eine Wohltätigkeitsorganisation oder ein Unternehmen finanzieren müssen, mit vielen Menschen in Kontakt gebracht, die die Möglichkeit (und den Willen) haben, den Bedarf zu decken, jeder mit einem noch so kleinen Anteil.

Why Crowdfund? To make your idea a reality. Simon Walker

7. Crowdfunding

Kickstarter
Kickstarter ist einer der größten Namen, wenn es um Crowdfunding geht. Das Unternehmen ist dafür bekannt, Tech- und Kreativunternehmern bei der Finanzierung ihrer Projekte zu helfen, bevor sie einen Kredit erhalten oder Geld für Venture Capital sammeln. Das Unternehmen hat seit seiner Gründung im Jahr 2009 über 5 Milliarden US-Dollar mit mehr als 182.000 (Stand: Juni 2020) finanzierten Projekten gesammelt. Potenzielle Geldgeber können eine Reihe von Branchen durchsuchen, von Kunst und Film bis hin zum Verlagswesen. **Mehr erfahren**

GoFundMe
Wahrscheinlich haben Sie in den sozialen Medien schon einmal eine Handvoll GoFundMe-Spendenaktionen für Katastrophenfälle und wohltätige Zwecke gesehen, aber auch Unternehmen können es nutzen. Die Crowdfunding-Website erhebt eine 2,9-prozentige Bearbeitungsgebühr und 30 Cent für jede Spende. Da es sich nicht um eine Alles-oder-Nichts-Fundraising-Site handelt, behalten Sie alles, was Sie sammeln. Außerdem gibt es keine Gebühren für persönliche Kampagnenfinanzierung für diejenigen, die in den Vereinigten Staaten leben. **Mehr erfahren**

Indiegogo
Die Nutzer von Indiegogo erstellen in der Regel Kampagnen für technische Innovationen, kreative Arbeiten und Gemeinschaftsprojekte. Die Crowdfunding-Plattform funktioniert ähnlich wie Kickstarter, nur dass es kein ausschließliches Alles-oder-Nichts-Fundraising-Modell gibt...Mehr erfahren **Mehr erfahren**

Patreon
Patreon ist bei digitalen Kreativen, wie YouTubern, Podcastern und Bloggern, sehr beliebt. Im Gegensatz zum Sammeln von einmaligen Kampagnenspenden gibt es ein Abonnementmodell, bei dem die FörderInnen regelmäßig jeden Monat oder pro Kreation einen bestimmten Geldbetrag beisteuern. Die Seite ermöglicht es KünstlerInnen, Beziehungen zu ihren Fans aufzubauen, und die AutorInnen können sogar exklusive Inhalte an ihre Patreon-AbonnentInnen liefern, als Anreiz, sie weiterhin zu finanzieren. Es genügt zu sagen, dass dieser Service am besten funktioniert, wenn Sie regelmäßig Werke auf Ihrer persönlichen Plattform teilen. Andernfalls haben die AbonnentInnen die Möglichkeit, ihr Abonnement zu kündigen, wenn die KünstlerInnen keine Inhalte produzieren. Mehr erfahren **Mehr erfahren**

Causes
Causes ist die weltweit größte Online-Campaigning-Plattform, die sich auf soziale, politische und kulturelle Themen konzentriert. Sie versteht sich als soziales Netzwerk für Menschen, die schneller und effektiver etwas bewirken wollen. Es hat über 186 Millionen NutzerInnen in 156 verschiedenen Ländern. Die Seite eignet sich hervorragend für Non-Profit-Organisationen, die eine Spender-Community aufbauen wollen, ohne zu viel Geld und Ressourcen für die Vernetzung auszugeben. Da sie Werbung schaltet, ist Causes für die NutzerInnen kostenlos. **Mehr erfahren**

CircleUp
Wenn Sie eine Konsumentenmarke aufbauen, lohnt es sich, einen Blick auf CircleUp zu werfen, das bereits 260 Millionen Dollar für 196 Startups aufgebracht hat. Es bietet sowohl Eigenkapital als auch Kreditfinanzierung. Es bietet eine Plattform, um sich mit Experten, Einzelhändlern und Unternehmern zu vernetzen. Sie können sich auch mit akkreditierten Investoren verbinden, die ein Nettovermögen von mindestens 1 Million Dollar und ein Jahreseinkommen von mindestens 200.000 Dollar haben. Weitere Vorteile sind der Zugang zu speziellen Kreditlinien und Markteinblicke mithilfe von Helio, der CircleUp-eigenen maschinenbasierten Lerntechnologie zur Erstellung von Unternehmensstrategien. **Mehr erfahren**

8. Spenden

Können Sozialunternehmen Spenden annehmen?

Freie Spenden, vereinfacht als Spenden bezeichnet, sind eine der Möglichkeiten, wie ein Sozialunternehmen Geldmittel oder Sachgüter für seine Aktivitäten sammeln kann.
Es handelt sich in jeder Hinsicht um ein Geschenk, es muss also kein Tausch stattfinden, sondern eine Bereitschaft des einen, einen Akt der Großzügigkeit gegenüber dem anderen zu vollziehen.
Es gibt Steuerabzüge für diejenigen, die großzügige Spenden an Genossenschaften, Wohltätigkeitsorganisationen und Sozialunternehmen leisten.

Spenden können entweder in Form von Bargeld oder in Form von Vermögenswerten (einschließlich Immobilien) erfolgen und werden bei der Berechnung des Steuerstatus des Unternehmens nicht berücksichtigt, da sie immer als nicht-kommerzielles Einkommen gelten.
Beiträge, Spenden, Mitgliedsbeiträge und alle anderen ähnlichen Einkünfte werden ebenfalls als Einkünfte aus nichtkommerziellen Tätigkeiten betrachtet.
Andererseits werden Lieferungen von Waren und Dienstleistungen, die gegen Zahlung bestimmter Gebühren erfolgen, als Aktivitäten kommerzieller Art betrachtet.

8. Spenden

Give-Back-Modelle für Sozialunternehmen

Eine weitere etablierte Praxis im Bereich der Spenden ist das Give-Back: eine Möglichkeit für Sozialunternehmen, Hilfe zu erhalten und für Unternehmen, zu spenden und eine gute Tat zu vollbringen. Schauen wir uns einige erfolgreiche Give-Back-Modelle an:

Buy-One-Give-One

Diese Art von Deal hat viele verschiedene Variationen, aber die Idee ist im Wesentlichen die gleiche: Ein Konsument kauft ein Produkt, z.B. Schuhe, und das Unternehmen gibt den gleichen Artikel an benachteiligte Menschen.

"Twice as Warm versorgt bedürftige Menschen mit neuen Winteraccessoires durch ihr Wear One, Give One Programm. Wenn Sie ihre Mützen, Handschuhe oder Schals kaufen, wird die gleiche Kleidung, die Sie kaufen, an Familien und Einzelpersonen in ihrer Umgebung gegeben, die sich keine eigene leisten können." provides new winter accessories to people in need through their Wear One, Give One program. When you buy their hats, gloves, or scarves, the same apparel you purchase is given to families and individuals in their area who can't afford their own.
" Quelle

Kaufen Sie etwas und wir spenden Geld dafür. Bei dieser Art von Sozialunternehmen kaufen die Konsumenten Produkte und ein Teil oder der gesamte Gewinn wird an die von ihnen unterstützte(n) Sache(n) gespendet.

Das One World Play Project stellt unkaputtbare One World Futbols her, die nie platt gehen oder eine Pumpe brauchen. Wenn Sie einen One World Futbol kaufen, spenden sie 5% des Kaufpreises an Organisationen, die helfen, Jugendlichen in benachteiligten Gemeinden das Spielen zu ermöglichen makes unpoppable One World *Futbols* that never go flat or need a pump. When you buy a One World *Futbol*, they donate 5% of the purchase price to organizations that help to bring play to youth in disadvantaged communities.
Quelle

8. Spenden

“Das ist Gemmas Geschichte, ihr Sozialunternehmen CasaAfrica bietet derzeit Obdachlosen und bedürftigen Familien dank Warenspenden verschiedener Unternehmen Essen an".

Video

9. Buchhaltungsaspekte

Vor der Planung und Erstellung eines Budgets ist es notwendig, gut zu verstehen, welche Ressourcen man hat und wie man sie einteilt, damit sie auf der Grundlage rationaler und bewusster Entscheidungen genutzt und gelenkt werden können.

Der Ausgangspunkt bei den Finanzen ist die Einbindung der finanziellen Bewertung und Prognosepläne als
Teil der täglichen Arbeit zu machen. Dies bietet einen Ausgangspunkt für die Identifizierung der Kosten für die Prognose von Ausgaben, Finanzierungskosten und die Prognose von Einnahmen
aus dem Sozialunternehmen und aus anderen Quellen.
Eine Vorausplanung der Finanzen ist unerlässlich, da es sehr schwierig ist, innerhalb eines kurzen Zeitraums eine sichere finanzielle Alternative zu finden und zu sichern, wenn dies notwendig ist.

Lesen Sie mehr über das Management und die Planung der Finanzen Ihres Sozialunternehmens

Sie möchten ein soziales Unternehmen gründen, sind sich aber nicht sicher, wie Sie das Schreiben eines Businessplans für soziale Projekte angehen sollen? Dieser Workshop unter der Leitung von HBS-Professor Allen Grossman bietet eine Einführung in die Schlüsselelemente eines Businessplans für ein soziales Unternehmen und Ansätze, wie Sie Ihr Unternehmen aufbauen können.

Video

9. Buchhaltungsaspekte

Finanzen verwalten: Soziales Unternehmen und Gewinn
hier ist ein kleiner Leitfaden, wie man die Finanzen eines Sozialunternehmens verwaltet
Social Enterprise Toolkit

Video

Positive Business
A Social Accounting Framework

10. Web-Lösungen: Plattformen, Weblösungen, Social Media

Sozialunternehmen haben großartige Geschichten zu erzählen, weil es ihnen darum geht, positive Veränderungen zu bewirken, und verschiedene Social-Media-Plattformen bieten ein Kaleidoskop von Möglichkeiten, sie zu präsentieren. Aber stellen Sie sicher, dass Sie sich nicht zu sehr verzetteln. Denken Sie an die eine Social-Media-Plattform, auf der Ihre Zielgruppe die meiste Zeit verbringt.

Entwicklung einer Social-Media-Strategie für Ihre Organisation

Verfügt Ihre Organisation über eine Social-Media-Strategie? Wenn nicht, sind Sie bei weitem nicht allein. Obwohl Social Media von vielen Wohltätigkeitsorganisationen und Sozialunternehmen bereits genutzt wird, arbeiten viele noch an der Feinabstimmung ihrer Strategien oder fragen sich, wie sie am besten anfangen sollen. Weiter lesen

10. Web-Lösungen: Plattformen, Weblösungen, Social Media

John T. Trigonis, Autor von "Crowdfunding für Filmemachende:Der Weg zu einer erfolgreichen Filmkampagne", zeigt, wie Menschen dazu beitragen können, eine neue schöne Welt zu kreieren. Außerdem vermittelt er ein paar Insider-Tipps und Taktiken, wie Sie die eine Idee, für die Sie sich leidenschaftlich einsetzen, ans Licht bringen können.

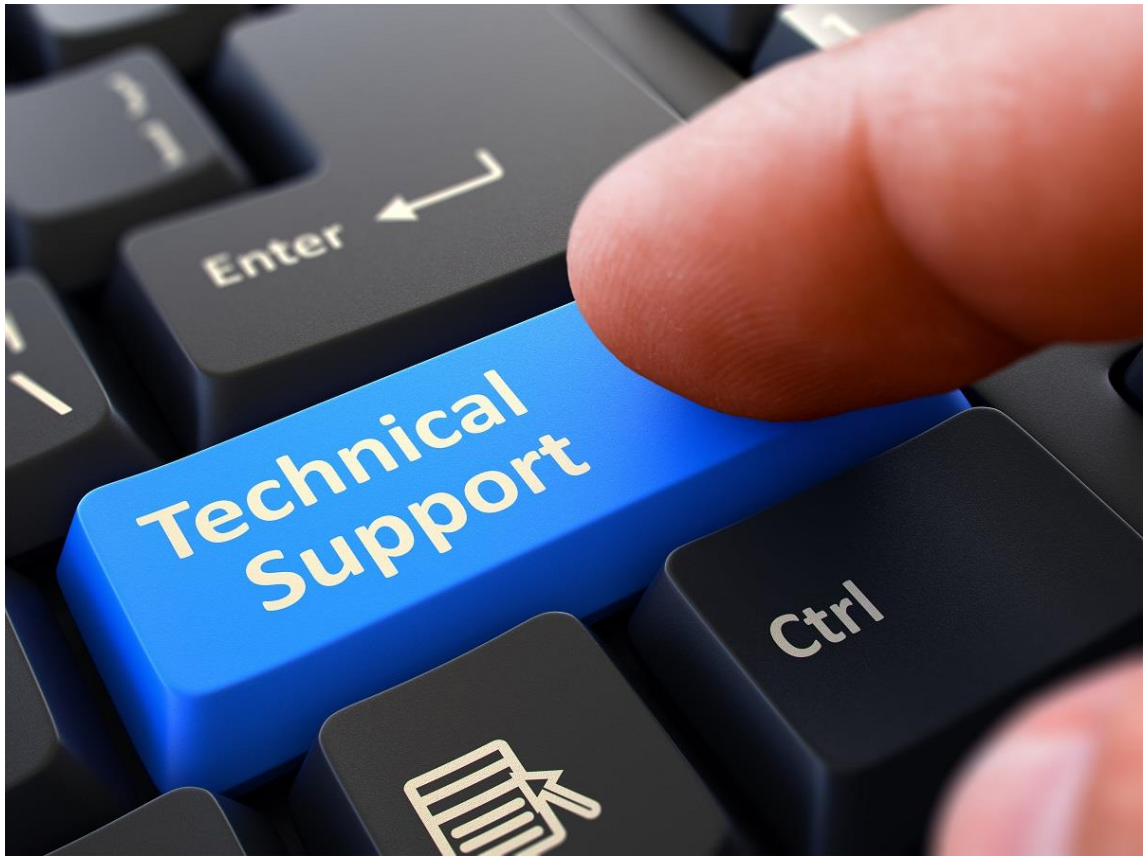
https://youtu.be/tGb7bQKtA3o

Video

Das Marketing für ein Produkt eines Sozialunternehmens:
Leah McPherson, Gründerin von Cultivate London, arbeitet jetzt für SSE als Netzwerkmanagerin

11. Wie man ein Team für Finanzierung gründet

Wenn Sie sich bei der Buchführung unsicher sind, denken Sie an Ihre Netzwerke; dazu kann ein Buchhalter, Finanzmanager oder Berater gehören. Sie können sich auf jemanden verlassen, den Sie kennen, oder, wie oben erwähnt, Unterstützung von öffentlichen oder privaten Organisationen erhalten. Hier sind einige Beispiele:



Der fehlende oder unzureichende **Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten** wurde als eines der größten Hindernisse für die Gründung und Entwicklung von Sozialunternehmen identifiziert. Zu diesem Zweck wurden mehrere Finanzinstrumente im Rahmen des EaSI-Programms und des Europäischen Fonds für strategische Investitionen eingeführt. Darüber hinaus wurde die technische Unterstützung im Rahmen von EaSI - die sich zuvor nur an Anbieter von Mikrokrediten richtete - erweitert, um auch die gezielte Unterstützung von Finanzintermediären für Sozialunternehmen abzudecken.

11. Wie man ein Team für Finanzierung gründet

Wenn Sie ein Sozialunternehmen gründen, gibt es viele neue Herausforderungen und kritische Entscheidungen zu treffen. Wie stellen Sie sicher, dass Sie die richtigen Entscheidungen treffen, damit Sie erfolgreich die Wirkung erzielen, die Sie erzielen wollen? Jemanden an Ihrer Seite zu haben, der über Erfahrung im Geschäftsleben verfügt und gute Ratschläge geben kann, kann ein Glücksfall sein. Und genau dafür brauchen Sie einen Mentor.
Finding Social Enterprise mentor

verfügbare Hilfe- Finanzielle Förderung für Wohltätigkeitsorganisationen und Sozialunternehmen.
Die Unterstützung wird sich speziell auf die Finanzen Ihrer Organisation konzentrieren, aber das Unterstützungsangebot wird auf Ihre Bedürfnisse als Organisation abgestimmt.

Wir haben auch herausgefunden, dass Inspire2Enterprise, ein Unterstützungsdienst für Sozialunternehmen, einige gute Ratschläge zu diesem Thema hat.

12. Wie man ein "kreatives" Team gründet

Wie werden Sie von potenziellen neuen Kunden gefunden? Wie werden Sie Kunden an das Produkt binden, das Sie zu vermarkten versuchen?
In einer digitalen Welt ist eine Website der offensichtliche Startpunkt. Wenn Ihr Budget eine/n DesignerInnen nicht zulässt, können Sie viel erreichen, indem Sie Unternehmen wie Wix und Squarespace nutzen, die Ihre Website auf einfache und intuitive Weise erstellen. Sie brauchen keine technischen Kenntnisse.

12. Wie man ein "kreatives" Team gründet

4 Wege, um Ihre Online-Präsenz zu erhöhen und mehr Kundschaft zu finden
Für die meisten KundInnen im 21. Jahrhundert ist der erste Kontakt mit einem Unternehmen dadurch zustande gekommen, dass sie das Unternehmen online entdeckt haben. Aus diesem Grund muss jedes Unternehmen eine starke Online-Präsenz haben. Dies erhöht nicht nur den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke, sondern etabliert Sie auch als Autoritätsperson. Beides kann dazu beitragen, dass mehr KundInnen Sie und die von Ihnen angebotenen Dienstleistungen oder Produkte entdecken. Weiter lesen

Video

Sie sind online, nun wird es Zeit, die gewünschten KundInnen zu gewinnen.

13. Kreieren Sie Ihr "SE Digital Storytelling Video" für Ihre SE-Förderung

In Ihrer Präsentation sollten Sie den Investierenden sagen, was sie hören wollen. Ihr Ziel ist es, dass Ihr Unternehmen so überzeugend ist, dass Sie Ihre Leidenschaft für die Idee und die Auswirkungen Ihres Sozialunternehmens zeigen.

Die meisten Menschen schauen, ehe sie sich entscheiden, an welchen Verein sie spenden oder ob sie ein Produkt kaufen wollen, lieber online als durch die Werbung. Sie wollen nicht, dass ihnen jemand etwas verkauft. Deshalb ist es wichtig, dass sich gemeinnützige Organisationen daran gewöhnen, das Fachwissen ihres Publikums zu stärken, ihnen zuzuhören, sie aufzuklären und mit ihnen in Dialog zu treten.

Es ist notwendig, auf die eigene Positionierung zu achten: Wenn man über ein beliebiges Produkt spricht, muss man verstehen, wo und wann es auf dem Markt, aber auch in der Erinnerung der Verbraucher platziert werden soll. Auch wenn es sich um ein soziales Problem oder eine Non-Profit-Organisation handelt, ist die Situation die gleiche. Es ist notwendig, eine klare Mission zu haben und eine ebenso klare Botschaft zu vermitteln. Es gibt zum Beispiel Vereine, die nicht in Erinnerung bleiben, weil die Öffentlichkeit nicht in der Lage ist, die Organisation mit der von ihr ausgeübten Tätigkeit in Verbindung zu bringen oder weil die Kommunikation inkonsistent ist und die Botschaften verwirrend sind.

Eine Lösung könnte das Erzählen Ihrer Mission, Ihrer Geschichte und Ihrer Ziele per Video sein.

Watch the video

13. Kreieren Sie Ihr "SE Digital Storytelling Video" für Ihre SE-Förderung

Eine Geschichte kann man den Menschen aller Altersgruppen und Kulturen erzählen. Sie kann inspirieren, große Aufmerksamkeit erregen oder auf etwas Bedeutendes reagieren. Non-Profit-Organisationen müssen daran arbeiten, durch Storytelling eine Verbindung mit der Öffentlichkeit herzustellen.

Sehen Sie die gesammelten Geschichten auf unsererm YouTube Channel:

Das Video anschauen

Das Video anschauen

Das Video anschauen

15. Kreieren Sie Ihre "SE Support Community".

Netzwerke als Tools für Kooperation, Lernen und Identifikation des öffentlichen Interesses

Das Sozialunternehmen hat Eigenschaften, die bei der Bildung von Sozialkapital und dem Wohlergehen der Gemeinschaft helfen können. Durch die Vernetzung ist es möglich, Kooperationen zwischen privaten AkteurInnen zu generieren, die soziale Ziele verfolgen und so ihre Entwicklungsperspektiven erhöhen. Die Verbindung zwischen Sozialunternehmen und Gemeindewohl bedeutet, dass man einen offenen Weg geht, der eine Vielzahl von Verbindungen und Entwicklungszielen als Antwort auf die wachsende Komplexität der sozialen Bedürfnisse beinhaltet, jenseits der traditionellen Geschäftsmethoden und üblichen Erwartungen.

Die Implikationen sind sicherlich wirtschaftlicher Natur, d.h. sie ermöglichen einen Fluss von Ressourcen und Informationen zwischen Unternehmen, Sektoren und lokalen Gemeinden, aber auch sozialer Natur. Es geht um den Aufbau von Vertrauen, Zusammenarbeit, Methoden und innovativen Ergebnissen in den Dienstleistungssektoren, die auf die Bedürfnisse der Gemeinschaft reagieren.
Obwohl dies zunächst durch die Vernetzung zwischen ähnlichen Organisationen geschieht, trägt in Wirklichkeit eine Vielzahl von Akteuren außerhalb des dritten Sektors zur Entstehung von Sozialkapital bei, darunter auch politische Entscheidungsträger, zum Beispiel durch Diskussionsrunden oder Workshops, und traditionelle Unternehmen.

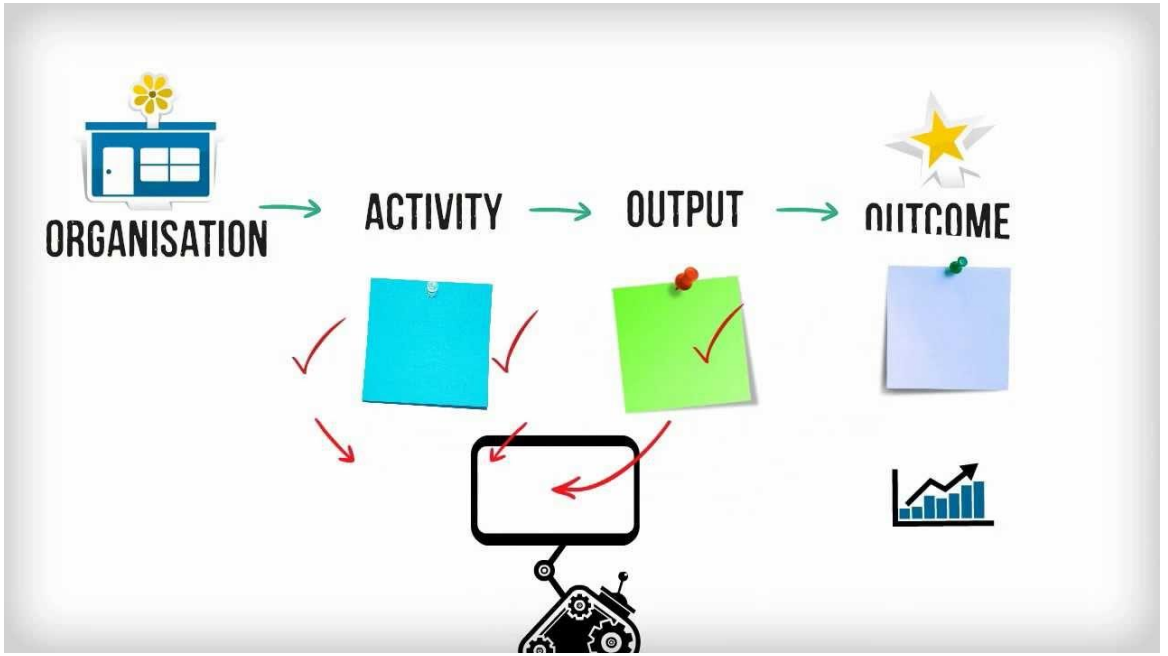
15. Kreieren Sie Ihre "SE Support Community".

Das Video anschauen

Wie die Zusammenarbeit das soziale Unternehmertum fördern kann.
Der Investmentbanker **James Maduekeh** gibt Einblicke in sein neues Projekt, das es jungen Menschen ermöglicht, online einen Investment- und Sparclub zu gründen. Er weist darauf hin, dass in der Zusammenarbeit und im Networking eine enorme Kraft liegt, besonders wenn sie von jungen Menschen eingesetzt wird. Er ist der Gründer von Young Bright Minds Africa, einem Social Enterprise, das eine kollaborative Plattform für junge AfrikanerInnen bietet. Er ist außerdem ein erfahrener Investmentbanker mit Sitz in Lagos.

15. Wie Sie die Wirksamkeit Ihrer "Funding Activities" messen können.

Die Messung Ihrer Auswirkung kann schwierig sein, je nach der Art Ihres Unternehmens. Wir sprechen über Dinge, die oft nicht messbar sind: Wie kann man zum Beispiel eine Verbesserung im Bereich der geistigen Gesundheit messen? Doch Informationen über die Wirkung können dabei helfen, festzustellen, ob Ihr Unternehmen effektiv ist, und wenn nicht, zu ermitteln, was zu ändern ist. Wenn Sie positive Ergebnisse erzielen, ist das großartig, um neue Investoren zu akquirieren und auch für das Marketing, weil es zeigt, dass Ihre Idee funktioniert.
Wie man das macht? Der Schlüssel zur Wirkungsmessung liegt darin, relevante Stakeholder zu identifizieren und mit ihnen in Kontakt zu treten.



Policy Brief zur Skalierung der Auswirkungen von Sozialunternehmen Strategien für soziales Unternehmertum. Lesen sie mehr

15. Wie Sie die Wirksamkeit Ihrer "Funding Activities" messen können.”

Das Video anschauen

Sie haben wahrscheinlich schon gehört, dass Unternehmen sagen: "Wir leisten einen sozialen Beitrag". Oder Kunden sagen: "Ich kaufe lieber bei Unternehmen ein, die einen Unterschied machen"... aber was meinen sie damit? Wie können Sie einen sozialen Beitrag leisten? Und vor allem: Wie können Sie die Wirkung messen, die Sie bewirken?

Partner

PRIFYSGOL glyndŵr UNIVERSITY

INOVACIJŲ BIURAS

LIT

Pädagogische Hochschule Freiburg

AdM Archivio della Memoria

iED institute of Entrepreneurship Development

ILLA INTERNATIONAL LIFELONG LEARNING ASSOCIATION ULUSLARARASI HAYAT BOYU ÖĞRENME DERNEĞİ

Referenzen

https://www.playeurope-project.eu/guide/step-5/#money

https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&feature=youtu.be

https://www.forbes.com/sites/richwinley/2015/08/21/friends-family-fools-who-will-you-get-to-fund-your-startup/#2ca2a7cd3abb

https://www.bbva.com/en/major-international-contests-are-looking-for-entrepreneurs-who-want-to-change-the-world/

https://www.theguardian.com/social-enterprise-network/2013/sep/13/social-investment-angel-investors

https://www.statista.com/statistics/439247/business-angels-numbers-europe/

https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/SME-Wizard/smeq.do;SME_SESSION_ID=t8E6hq0swqy-tEEn9GQaS1n3MikMOkcMQ9j88D5zi90HW2TBI9ri!1562859047?execution=e1s1&locale=en

https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/access-finance/index_en.htm#shortcut-4

https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&langId=en

http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=326&langId=en

http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=9114&furtherNews=yes

http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081&langId=en

http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1089&langId=en

https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=329&langId=en

https://image.freepik.com/free-vector/speech-sign-text-quiz-time-vector-illustration_7087-892.jpg

Referenzen

https://emergentdigital.com/social-enterprise-digital-marketing/

https://www.inspire2enterprise.org/finance-social-enterprise/

https://www.the-sse.org/resources/starting/finding-social-enterprise-mentor/

http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16913&langId=en

https://www.eif.org/news_centre/publications/efsi-equity-social-impact-leaflet.htm

https://www.propertycasualty360.com/2019/08/05/mentor-more-earn-more/?slreturn=20200629121934

https://www.squarespace.com/

https://www.wix.com/

https://www.businessknowhow.com/uploads/onlinepresence-500.png

https://www.pngwing.com/en/free-png-moskm

https://www.youtube.com/watch?v=p9ubN8cLH6E

https://www.mobiletransaction.org/wp-content/uploads/2019/11/squarespace-review-ecommerce.jpg

https://www.androidplanet.it/wp-content/uploads/2019/03/wix-website-speed.jpg

https://d3npc921eoaj06.cloudfront.net/wp-content/uploads/2018/05/04125158/Design-Thinking-1.jpg

https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2016/02/04/4-ways-to-grow-your-online-presence-and-find-more-customers/#4aca13bb3a92

https://www.youtube.com/watch?v=fQ9RTyzc18I

https://www.youtube.com/channel/UCkZM9BU1KG7sxs_SS4kcHFA/videos

https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=bJf2a8gv8qA&feature=emb_title

https://www.beezy.net/wpcontent/uploads/2017/01/3PhasesBlog.png

https://www.scnsoft.com/_default_upload_bucket/how-to-derivebenefit-from-corporate-social-networking-1.png