

## 2.7 FINANZIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

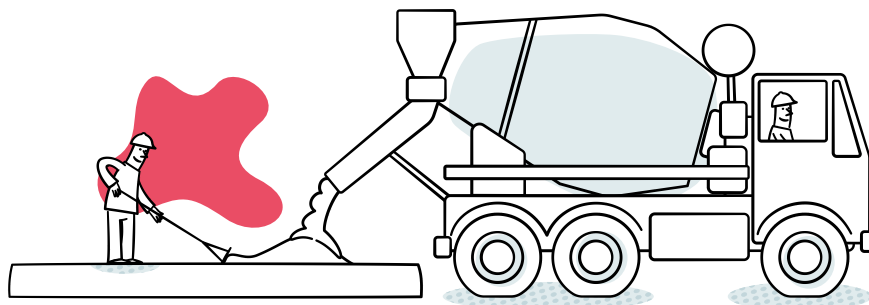


### Welche Basis braucht ein kontinuierliches Angebot?

#### Ein Fundament schaffen

Um ein erfolgreiches Projekt kontinuierlich anzubieten oder eine dauerhafte Partnerschaft zwischen Kultur und Schule zu etablieren, benötigt es:

- die Motivation aller Kooperationspartner\*innen
- ideelle Unterstützung aus dem Schul- und Kulturumfeld
- finanzielle Ressourcen – womöglich durch eine öffentliche Förderung
- eine aktive Vernetzung im Feld von Schule und Kultur ist hilfreich
- ein Modellprogramm kann als Impuls dienen, um die im Zuge dessen entstandenen Strukturen zu verstetigen
- Interessenvertretung und Positionierung im kulturpolitischen Feld



## 2.8 FINANZIERUNG UND NACHHALTIGKEIT



### Welche Basis braucht eine kontinuierliche Förderung?

Erfahrungswerte über erreichte Ziele, Wirkungen und die Zufriedenheit der Teilnehmer\*innen liefern Argumente für die langfristige Unterstützung des Angebots.

Wichtige Unterstützer\*innen und Fürsprecher\*innen sind:

- **Schulleitung und Kollegium**  
Ideal ist eine Verankerung der Kooperation im Schulprogramm. Aus dem Schulbudget könnte eine anteilige Finanzierung für das Angebot geleistet werden.
- **Schüler\*innen und Eltern**  
Diese Gruppe ist direkt beteiligt und spricht authentisch über Erfahrungen. Gibt es an der Schule einen Förderverein, der das Projekt personell oder finanziell unterstützen kann? Die Potentiale der Eltern in finanzieller (Firmensponsoring von Arbeitgeber\*innen) wie auch inhaltlicher Sicht einbeziehen
- **Presse und Öffentlichkeit**  
Politik und Presse zu Veranstaltungen einladen, um im Gespräch zu bleiben. Geeignete Orte mit ansprechendem Hintergrund für Fotos auswählen
- **Politik und Verwaltung**  
Ein schlüssiges Konzept für die dauerhafte Einrichtung des Angebots formulieren. Dabei den aktuellen politischen Diskurs im Blick behalten und mit gesellschaftspolitischen Positionen untermauern

! Möglich ist, einen Trägerverein für das Angebot zu gründen und die Kommune/den Landkreis und örtliche Unternehmen anzusprechen, um sie als Förderer zu gewinnen.

