

Mental Matters

**Supporting young people
with mental health issues**



Strategiepapier „Finanzierungsmöglichkeiten zur Unterstützung junger Menschen mit psychischen Problemen in nicht-formalen Bildungseinrichtungen“



Co-funded by
the European Union



Pista
Mágica
VOLUNTARIADO & INOVAÇÃO

SOSPED

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

„**Mental Matters**“ ist ein europäisches Projekt, das von folgenden Organisationen durchgeführt wird:

- Gemeinsam Leben & Lernen in Europa – Deutschland
- Pista Mágica – Portugal
- Stiftung für Sozialpädagogik – Finnland

Autoren: Perdita Wingerter, Raisa Quiroz, Hannu Stark, Lassi Rajamäki, Paula Pereira, Mariana Monteiro, ...

Layout: Sara Correia

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung–Nicht kommerziell– Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz (CC BY-NC-SA 4.0).

© 2025, Mental Matters Project – Erasmus+ Programm



EINFÜHRUNG



Was ist Mental Matters?

Mental Matters ist ein europäisches Erasmus+-Projekt, das junge Menschen mit psychischen Problemen unterstützt. Es kombiniert Freiwilligenarbeit, Peer-Education und non-formales Lernen, um inklusive Angebote zu schaffen, in denen junge Menschen Stabilität, Selbstvertrauen und gesellschaftliche Teilhabe erlangen können. Gleichzeitig stärkt das Projekt die Kompetenzen von Jugendarbeitern und entwickelt praktische Instrumente für Organisationen zur Verbesserung ihrer Angebote.

Wer sind die Partner?

Das Projekt vereint drei Organisationen aus verschiedenen Ländern: Gemeinsam leben und lernen in Europa e.V. aus Deutschland, Sosiaalipedagogiikan säätiö aus Finnland und Pista Mágica – Associação aus Portugal. Jeder Partner bringt seine einzigartige Expertise ein – von inklusivem Freiwilligenengagement und Peer-Education bis hin zu Kulturhäusern und Wirkungsanalyse –, wodurch die Zusammenarbeit zu einem bereichernden Austausch von Ansätzen wird.

Was sind die Ziele?

- Bewährte Verfahren zur Unterstützung junger Menschen mit psychischen Problemen umsetzen und anpassen.
- Die Fähigkeiten, Methoden und Werkzeuge von Jugendarbeitern verbessern.
- Förderung der aktiven Teilnahme und des bürgerschaftlichen Engagements durch Freiwilligenarbeit.
- Entwicklung von Finanzierungs- und Marketingstrategien zur Sicherstellung langfristiger Nachhaltigkeit.
- Die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden junger Menschen in nicht-formalen Bildungseinrichtungen stärken.



TEIL 1: Forschung innerhalb der eigenen Organisationen



Co-funded by
the European Union



Pista
Mágica
VOLUNTARIADO & INOVAÇÃO

SOSPED

Basierend auf Interviews mit Partnerorganisationen, die im Bereich der psychischen Gesundheit von Jugendlichen tätig sind, haben sich mehrere Strategien bei der Entwicklung und Finanzierung von Dienstleistungen für junge Menschen als wirksam erwiesen.



ERFOLGREICHE STRATEGIEN

Die erfolgreichsten Nichtregierungsorganisationen (NGOs) bei der Mittelbeschaffung zeichnen sich in der Regel durch eine **klare Mission und eine klar definierte Zielgruppe aus**. Geldgeber möchten genau verstehen, welches Problem angegangen wird, für wen und wie. Besonders überzeugend sind Angebote, die auf **realen Bedürfnissen** basieren, wie beispielsweise Peer-Unterstützung, soziale Inklusion oder Maßnahmen gegen digitalen Stress und Sucht.

Ein weiterer Schlüsselfaktor ist die Fähigkeit, **Wirkung nachzuweisen**. Dazu gehören die Datenerhebung, das Einholen von Feedback von Teilnehmenden und der Einsatz von Evaluierungsinstrumenten, um positive Veränderungen im Wohlbefinden junger Menschen aufzuzeigen. Organisationen, die in Evaluation und Lernen investieren, stärken ihre Glaubwürdigkeit und bauen langfristiges Vertrauen bei ihren Förderern auf.

Diversifizierte Finanzierungsmodelle erhöhen die Stabilität. Erfolgreiche Organisationen kombinieren öffentliche Zuschüsse, EU-Fördermittel (z. B. Erasmus+), lokale oder regionale Unterstützung, Stiftungsgelder und – in manchen Fällen – kostenpflichtige Dienstleistungen wie Schulungen, Evaluierungen oder Beratungen für Kommunen und Institutionen. Projektmittel werden häufig genutzt, um neue Ansätze zu erproben, die später in den langfristigen Kernbereich der Dienstleistungen integriert werden können.

Starke **Partnerschaften und Netzwerke** spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Zusammenarbeit mit Kommunen, Schulen, Gesundheitsdiensten, anderen Nichtregierungsorganisationen und internationalen Partnern erhöht die Sichtbarkeit, stärkt die Anträge und eröffnet neue Möglichkeiten für Nachhaltigkeit.

WENIGER ERFOLGREICHE ANSÄTZE



Herausforderungen entstehen, wenn Organisationen sich nur auf **eine einzige Finanzierungsquelle** verlassen oder sich ausschließlich auf kurzfristige Projektfinanzierung ohne langfristige Strategie konzentrieren. Kleinere NGOs haben oft Schwierigkeiten im Wettbewerb mit großen, etablierten Organisationen, die über mehr Ressourcen und eine höhere Sichtbarkeit verfügen.

Zeitmangel, fehlendes Personal oder unzureichende Expertise in den Bereichen Fundraising, Netzwerkbildung und Berichterstattung können den Erfolg ebenfalls einschränken. Darüber hinaus sind Dienstleistungen, die ihre Ergebnisse oder ihren gesellschaftlichen Nutzen nicht klar kommunizieren, schwerer zu finanzieren, insbesondere in einem wettbewerbsintensiven Umfeld.

Politische Veränderungen und sich verschiebende Finanzierungsprioritäten stellen ein weiteres Risiko dar, insbesondere für Organisationen, die stark von öffentlichen Zuschüssen abhängig sind.

DER WERT EINES GUTEN NETZWERKS

Gute Netzwerke sind kein „Extra“, sondern ein **zentraler Erfolgsfaktor**. Gut vernetzte NGOs profitieren von gemeinsamem Wissen, gemeinsamen Projekten und gegenseitiger Unterstützung. Netzwerke helfen Organisationen, voneinander zu lernen, die Servicequalität zu verbessern und effektiver auf neue Bedürfnisse im Bereich der psychischen Gesundheit zu reagieren.

Die Einbindung in lokale, nationale und europäische Netzwerke stärkt zudem das **Vertrauen und die Legitimität** bei Förderern und Entscheidungsträgern. Für NGOs, die im Bereich der psychischen Gesundheit junger Menschen tätig sind, führt die Zusammenarbeit oft zu besseren, zugänglicheren und nachhaltigeren Angeboten als die Arbeit im Alleingang.

WICHTIGSTE ERKENNTNISSE FÜR NGOs

- Beginnen Sie mit kleinen, gut konzipierten Pilotprojekten und skalieren Sie diese basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen.
- Investieren Sie in Wirkungsmessung und Qualitätssicherung.
- Diversifizierung der Finanzierungsquellen zur Reduzierung von Abhängigkeit und Risiko
- Bauen Sie langfristige, vertrauensvolle Beziehungen zu Geldgebern und Partnern auf.
- Nutzen Sie Ihre einzigartigen Fachkenntnisse (z. B. Peer-Unterstützung, eigene Erfahrungen, innovative Methoden) als Stärke



TEIL 2:

Ansprache von Spendern für psychologische Gesundheitsdienste für Jugendliche



Co-funded by
the European Union



Pista
Mágica
VOLUNTARIADO & INOVAÇÃO

SOSPED

Unsere Zielgruppe: Nichtregierungsorganisationen, die Dienstleistungen für junge Menschen mit psychischen Erkrankungen anbieten.



UNSER VORSCHLAG

1. DEFINIEREN SIE IHRE MISSION UND IHREN EINZIGARTIGEN WERT

Warum das wichtig ist: Geldgeber wollen verstehen, wer Sie sind, welches Problem Sie lösen und wodurch Sie sich von anderen unterscheiden.

Aktionen:

- Definieren Sie klar Ihre Zielgruppe und die psychischen Gesundheitsprobleme, mit denen Sie sich befassen (z. B. soziale Isolation, digitale Sucht, Angstzustände).
- Besondere Ansätze sollten hervorgehoben werden, wie beispielsweise die Unterstützung durch Gleichaltrige, die Nutzung von Expertenwissen aus eigener Erfahrung oder innovative soziopädagogische Methoden.
- Betonen Sie den freien oder niedrigschwiligen Zugang für die Teilnehmer, um die gesellschaftliche Wirkung aufzuzeigen.

2. NACHWEIS DER AUSWIRKUNGEN ERBRINGEN

Warum das wichtig ist: Spender brauchen den Beweis, dass ihr Geld tatsächlich etwas bewirkt.

Aktionen:

- Erhebung quantitativer Daten (Anzahl der Teilnehmer, Inanspruchnahme des Angebots, messbare Ergebnisse).
- Nutzen Sie qualitative Daten (Teilnehmergeschichten, Fallstudien, Erfahrungsberichte).
- Evaluierungsinstrumente entwickeln oder anwenden (sozialer Return on Investment, agile Wirkungsmessung, Teilnehmerfeedback).
- In Anträgen und Berichten müssen klare und prägnante Beweise vorgelegt werden.



3. DIVERSIFIZIERUNG DER FINANZIERUNGSQUELLEN

Warum das wichtig ist: Die Abhängigkeit von einem einzigen Geldgeber ist riskant; mehrere Finanzierungsquellen erhöhen die Nachhaltigkeit.

Aktionen:

- Kombinieren Sie öffentliche Zuschüsse, EU-Fördermittel (z. B. Erasmus+), Stiftungsgelder, Unterstützung durch die Kommunalverwaltung und dienstleistungsbasierte Einnahmen.
- Die Projektfinanzierung sollte zur Erprobung innovativer Ansätze genutzt werden; erfolgreiche Pilotprojekte sollten in die Kernaktivitäten integriert werden.
- Prüfen Sie gegebenenfalls kleinere, lokale Spendenmöglichkeiten oder Partnerschaften mit Unternehmen.

4. STARKE BEZIEHUNGEN ZU SPENDERN AUFBAUEN

Warum das wichtig ist: Langfristige Partnerschaften stärken das Vertrauen, sichern die Finanzierung und erhöhen die Glaubwürdigkeit.

Aktionen:

- Behandeln Sie Geldgeber als Partner, nicht nur als Finanziers.
- Regelmäßige Updates, Besuche vor Ort und Gelegenheiten zum Austausch mit den Teilnehmern anbieten.
- Seien Sie transparent in Bezug auf Herausforderungen und Erfolge.
- Die Prioritäten der Geber verstehen und die Projektanträge entsprechend anpassen.
- Gestalten Sie die langfristige strategische Planung so, dass Kontinuität und Nachhaltigkeit gewährleistet sind.



5. NETZWERKE UND PARTNERSCHAFTEN NUTZEN

Warum das wichtig ist: Networking stärkt die Glaubwürdigkeit, öffnet Türen zu Kofinanzierungen und verbessert die Sichtbarkeit.

Aktionen:

- Schließen Sie sich lokalen, nationalen und internationalen Netzwerken an, die sich auf die psychische Gesundheit von Jugendlichen konzentrieren.
- Zusammenarbeit mit Schulen, Kommunen, NGOs und Universitäten.
- Teilen Sie Wissen und Erfahrung mit Partnern, um gemeinsame Anträge zu verbessern.
- Nutzen Sie Netzwerke, um neue Finanzierungsmöglichkeiten zu identifizieren.

6. KLAR UND STRATEGISCH KOMMUNIZIEREN

Warum das wichtig ist: Spender entscheiden schnell auf der Grundlage von Klarheit, Relevanz und Vertrauen.

Aktionen:

- Verwenden Sie eine standardisierte Angebotsstruktur:
 - Einleitung – Ihre Mission und Organisation
 - Problem – die Herausforderung, der Sie sich stellen
 - Lösung – Ihre Dienstleistungen und Ihr Ansatz
 - Zielgruppe
 - Auswirkungen / Ergebnisse – Nachweise der Wirksamkeit
 - Budget – Finanzbedarf und gesicherte Ressourcen
 - Evaluierung – wie der Erfolg gemessen wird
 - Partnerschaft – Rollen und Zusammenarbeit
 - Anlagen – Belege
- Kombinieren Sie Storytelling und Daten, um Ihre Argumentation überzeugend zu gestalten.
- Hervorhebung innovativer Methoden und Übereinstimmung mit den Prioritäten der Geber.
- Erläutern Sie die langfristigen Vorteile der Finanzierung Ihrer Dienstleistungen.



7. RISIKOMANAGEMENT UND NACHHALTIGKEIT

Warum das wichtig ist: Geldgeber suchen nach Stabilität und der Fähigkeit, sich an Veränderungen anzupassen.

Aktionen:

- Kurzfristige Projektfinanzierung mit stabilen Zuschüssen für den laufenden Betrieb in Einklang bringen.
- Planen Sie für politische oder finanzielle Veränderungen, indem Sie Notfallstrategien bereithalten.
- Die Kompetenzen des Personals sollten um Fundraising, Projektmanagement und Evaluation erweitert werden.
- Kommunizieren Sie offen über Abhängigkeiten und zeigen Sie dabei Belastbarkeit und Anpassungsfähigkeit.

8. PRAKTISCHE TIPPS VON ERFOLGREICHEN NGOS

- Beginnen Sie klein mit Pilotprojekten und erweitern Sie diese mit zunehmender Evidenz.
- Arbeite hart, konzentriere dich auf eine qualitativ hochwertige Umsetzung und bewahre deine Glaubwürdigkeit.
- Nutzen Sie die einzigartigen Fachkenntnisse Ihres Unternehmens als Alleinstellungsmerkmal.
- Alles dokumentieren; Evaluierung ist der Schlüssel zu Vertrauen und erneuter Finanzierung.
- Knüpfen Sie strategische Kontakte – manchmal kann es Ihre Reputation stärken, andere in Ihrem Fachgebiet „herauszufordern“.

Mental Matters

Supporting young people
with mental health issues



Co-funded by
the European Union



Pista
Mágica
VOLUNTARIADO & INOVAÇÃO

SOSPED