



# Creatives For Future - Code Of Conduct (CoC)

## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne

AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## Präambel

Die Creatives FF sind sich des politischen Charakters von Design und Kreativität und der daraus erwachsenen Verantwortung für Gesellschaft, Klima- und Kulturschutz bewusst!

» *Das politische Moment des Designs manifestiert sich in seiner Alltäglichkeit; Design betrifft alles und alle. Es prägt unsere Wahrnehmung und unseren Geschmack, beeinflusst unsere Alltagshandlungen, drückt bestehende Ordnungen aus und beeinflusst sie zugleich.«<sup>1</sup>*

» *Alles ist Design – Design ist Planung unserer gesamten Umwelt – Design ist Erziehung, Kreativität, Sozialplanung, Forschung ... – Design ist Evolution – Design ist Revolution – Falsches Design ist alles, was seinen Zweck nicht erfüllt.«<sup>2</sup>*

## 1. Haltung

Wir gehen davon aus, dass jedes Mitglied des Creatives For Future e.V. (die Creatives FF) im Rahmen eigenen Wissens, eigener Erfahrung und Fertigkeiten das Bestmögliche unternimmt, um die sozial-ökologische Transformation und die Förderung des Klimaschutzes zu einem Erfolg zu machen. Wir haben uns gemeinsam auf eine Reise begeben, eine sozial gerechte und naturgerechte/ökologische Zukunft zu gestalten.

Uns Creatives FF geht es um Gerechtigkeit, lokal wie global, und um echten Klimaschutz, der an den Ursachen des Problems ansetzt. Wir setzen uns für eine sozial-ökologische Transformation ein, die ein gutes Leben für alle ermöglicht.

Eine klare Grenze ziehen wir zu Greenwashing, Rassismus, Sexismus, Klassismus, Antisemitismus, Homophobie sowie anderen Ideologien und Unterdrückungsmechanismen, die einer gerechten Gesellschaft im Wege stehen.

Wir erkennen unsere eigenen Verstrickungen in bestehende gesellschaftliche Machtstrukturen an. Durch Reflexion und gemeinsames Lernen wollen wir aktiv solidarische Handlungspraktiken entwickeln und zusammen diskriminierungs- und diversitätssensible Strukturen aufbauen.

Wir sehen auch Tiere als fühlende Individuen an, die unter den derzeitigen Verhältnissen leiden und für deren Bedürfnisse wir uns einsetzen. In der Gesellschaft, die wir anstreben, werden sie nicht als Waren, Produkte, Schädlinge oder Unterhaltungsobjekte behandelt.

<sup>1</sup> Friedrich von Borries, Mama Recklies: Design als Intervention; Kursbuch 184, Dezember 2015

<sup>2</sup> Viktor Papanek, Das Papanek-Konzept, Nymphenburger Verlagsanstalt, 1972



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## 2. Die Prinzipien der Creatives For Future

### Unsere Zusammenarbeit beruht auf

- der Satzung und der/dem Vereinsordnung/Complianceprogramm
- freundschaftlichen Beziehungen, Vertrauen und Respekt
- sich gegenseitig ergänzenden Begabungen und Fähigkeiten
- dem Respekt von Identitätsvielfalt
- dem Gestaltungswillen, um ein eigenes Fundament für gemeinsames Handeln zu schaffen.

### Unser Verhalten gründet dabei auf

- Freundschaft als Ziel und nicht als Mittel zum Zweck
- konstruktiver Kritik im angemessenen Ton
- Reflexion des eigenen Standpunktes.

### Unsere Zusammenarbeit stützt sich dabei auf

- aktive ehrenamtlicher Mitwirkung
- Engagement und Verantwortung für übernommene Aufgaben, Pünktlichkeit und Termintreue
- die Selbstverpflichtung, Informationen, Wissen und Erfahrungen rechtzeitig und umfassend an die Partner\*innen weiterzugeben, ohne dabei auf eigene Vorteile zu zielen
- positives und offenes Denken, mit dem Ziel, den Status Quo nur als Bezugspunkt die zukünftigen Entwicklung zu begreifen und Pfadabhängigkeit zu umgehen
- der Motivation, am eigenen Wissen teilhaben zu lassen und Wissenshorizonte durch andere zu erweitern
- Nachhaltigkeit im Umgang mit Ressourcen jeglicher Art.

## 3. Strukturen

Der Creatives FF e.V. organisiert sich im Sinne der Graswurzelbewegung autonom und dezentral. Die Organisationsform ist die Selbstorganisation (bzw. SOS, dabei steht SOS für Selbst-organisierendes-System).

Die Creatives FF sind eine selbstorganisierte Gruppe. Wir gestalten selbst und gemeinsam als Gruppe unseren Weg zur Erreichung unserer Ziele. Wir arbeiten und handeln emanzipatorisch (über die uns umgebenden Zwänge hinauswachsen) und hierarchiekritisch (die eigenen und gesellschaftlichen hierarchischen Strukturen hinterfragen).

Die Gruppen-Entscheidungen bei den Creatives FF werden nach dem Konsentprinzip getroffen. (siehe auch **Gruppenentscheidungen: Konsentprinzip | 4**)

Die Creatives FF organisieren sich in verschiedenen Arbeitsgruppen (AG) und Projektgruppen (PG).

Die Creatives FF übernehmen als Einzelpersonen **Rollen | 3** in denen die Tätigkeiten und damit verbundenen Mandate festgelegt sind.

### 1. Arbeitsgruppen AGs

AGs sind mit themenspezifischen Aufgaben betraut. AG's sind autonom und selbstführend. Das bedeutet, es ist die Freiheit und Verantwortung der AG zu entscheiden, wie und in welcher Aufteilung sie arbeiten möchte.

Jede AG hat ein AG-Selbstverständnis.

#### Dieses AG-Selbstverständnis enthält:

- Name der AG
- Den höchsten Sinn & Zweck der AG
- Liste an Tätigkeiten & Mandaten (Mandate = eindeutige Befugnisse, die keine andere AG hat)
- Eventuelle Kontaktpunkte mit anderen AG's
- Delegierte / Kontaktpersonen (1-2 Personen, die die AG nach außen vertreten)

Beispielhaft sind folgende AGs: Vorstand und Strategie, Fundraising und Finanzen, Mitgliederbetreuung und Onboarding, Kommunikation und Presse, Maschinenraum (Softwareadministration: Website, SM, Vereinssoftware ...), Kooperationen und Unterstützungsanfragen.



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## 2. Projektgruppen PG's

PG's sind temporäre AGs. Sie haben ein Projektziel und bestehen für den Projektzeitraum. Sie können einer AG zugeordnet sein oder sich komplett unabhängig von anderen AG's bilden. Eine PG zu gründen, lohnt sich zum Beispiel bei der Planung eines Events, bei wichtigen, doch kontroversen Fragen, die gemeinsamen zu klären sind, bei kollaborativen und geförderten Projekten. (siehe unten Projekte: Förderung und Vergütung)

## 3. Ankerkreis

Der Ankerkreis ist ein Delegierten-Plenum auf höchster Ebene und koordiniert alle AGs. Alle diese AGs entsenden Delegierte in den Ankerkreis. Der Sinn und Zweck des Ankerkreises ist es, den Informationsaustausch zwischen den AG's zu sichern und zu koordinieren. Er hat die Intention, sicherzustellen, dass sich der Organisationsprozess gesund und erfolgreich entwickelt.

Die dort vertretenen AG's besprechen und justieren ihre AG-Selbstverständnisse. In den TelKos wollen wir uns gegenseitig über die Entwicklungen der AG's updaten und diese in Protokollen für alle öffentlich zugänglich machen. .

## 4. Rollen

Die Tätigkeiten einer Arbeitsgruppe sind im AG-Selbstverständnis definiert.

Sie können in Rollen aufgeteilt werden, die dann von verschiedenen Creatives besetzt werden.

Für jede Rolle ist klar festgehalten, welche konkreten Tätigkeiten sie ausführt (für welche Tätigkeiten sie also ein Mandat hat) und welche zusätzlichen Mandate (Entscheidungsbefugnisse) sie hat.

Bei Übernahme einer Rolle wird vorausgesetzt, dass die jeweilige Person die genannten Tätigkeiten ausführt sowie ihre Mandate nutzt. Über die Aufteilung in verschiedene Rollen können wir unsere Tätigkeitsbereiche und Mandate klar voneinander abgrenzen und wissen, welche Person für bestimmte Aufgaben zuständig ist. Eine Person kann auch mehrere Rollen besetzen. Über die Tätigkeiten und Mandate entscheidet die AG im Konsent (siehe Entscheidungsfindung).

Die Mandate stellen dabei sicher, dass Verantwortung (Entscheidungsbefugnisse) für alle sichtbar dezentral verteilt ist. So ermöglichen wir es allen Mitgliedern, autonom

über die Bereiche zu entscheiden, an denen sie arbeiten. Die verschiedenen Rollen und Mandate werden in einem Dokument gesammelt, welches allen zugänglich ist, um Transparenz zu sichern. Alle Rollen der AG sollten in einer Tabelle festgehalten werden, die für alle zugänglich gemacht wird (siehe Transparenz).

## Rollenbeschreibung

Jede Rolle hat eine Rollen-Beschreibung identisch zur AG-Beschreibung (s.o.):

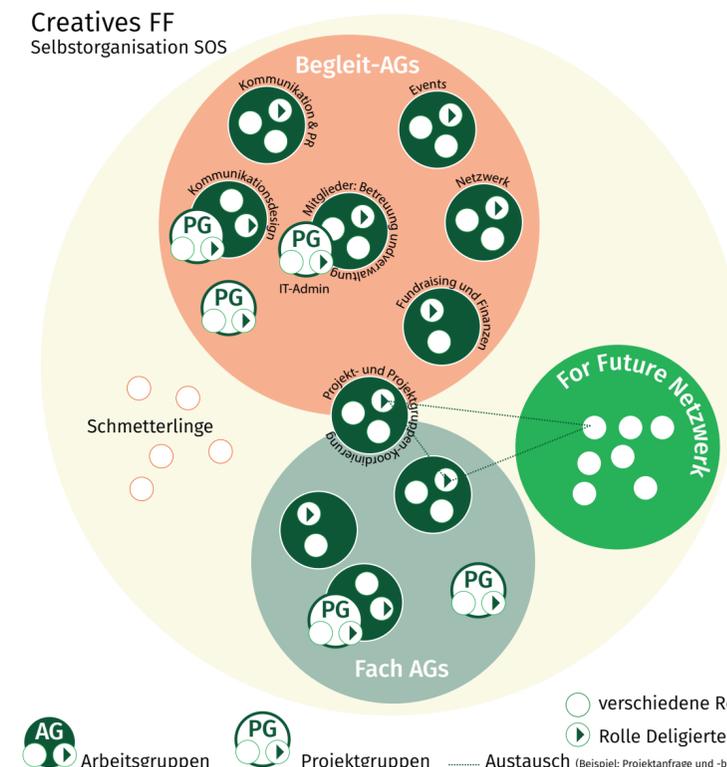
- Name der Rolle, Höchster Sinn & Zweck: beschreibt kurz, warum die Rolle da ist. Was ist ihre höchste Daseinsberechtigung? Für was soll sie sorgen?
- Liste an Tätigkeiten & Mandaten: Welche konkreten Handlungen werden von der Rolle ausgeführt? Welche weiteren, exklusiven Mandate bzw. Entscheidungsbefugnisse hat diese Rolle?

Rollen können auch zu sogenannten „Pools“ ausgebaut werden. Auf diese Weise können mehrere Designer\*innen, Fotograf\*innen, Moderator\*innen ... sich an einer entsprechenden Rollenbeschreibung orientieren.

**WICHTIG:** Beginnt das zu tun, was ihr tun wollt, auch wenn es noch keine AG oder Rolle gibt – fragt aber euer Umfeld, ob dies in das Tätigkeitsfeld einer AG bzw. Rolle fällt, um euch mit diesen zu beraten. Bringt dennoch so zeitnah wie möglich den entsprechenden Vorschlag zur Schaffung einer neuen Rolle in die entsprechende AG ein.

**GENAUSO WICHTIG:** Nutzt eure Rollenmandate! Nutzt dagegen Entscheidungsfindung in der Gruppe nur dann, wenn sie euch wirklich nötig erscheint bzw. in eurem

SOS empfohlen wird. Gruppenentscheidungen sind in Sachen Zeit- und Energieaufwand der Gruppenmitglieder mit der „teuerste“ Weg, Entscheidungen zu treffen – und können je nach Qualität des Entscheidungsprozesses sogar die Motivation schmälern. Stärkt eure Selbstsicherheit und das gegenseitige Vertrauen. Geht im Zweifel in möglichst kleine Beratung, um die nötige Sicherheit zu bekommen.





## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne

AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## 5. Von 0 auf 100 - Etablierung von Rollen und Mandaten in 10 Schritten

1. Besprecht und einigt euch auf euer AG Selbstverständnis: Was ist der höchste Sinn&Zweck eurer AG?
2. Was sind eure Aufgaben bzw. Tätigkeiten & Mandate?
3. Stellt für eure Tätigkeiten & Mandate die Prioritäten fest, um zu wissen, welche auf jeden Fall ausgeführt werden müssen.
4. Aus den gesammelten Aufgaben lassen sich nun die verschiedenen Rollen ableiten. Definiert diese sowie die eventuellen Kontaktpunkte mit anderen Rollen in einer Rollenbeschreibung genauer.
5. Definiert und diskutiert das Mandat jeder einzelnen Rolle, also über was die Rolle eigenständig Entscheidungen treffen darf und welche Entscheidungen in Vorschlägen an den größeren Kreis zurückgetragen werden sollen. Nutzt dafür die Prozesse zur Veränderung von AG-Strukturen (s.o.).
6. Jetzt könnt ihr diese Rollen untereinander besetzen. Klärt auch wie viele Kapazitäten ihr wöchentlich für eure Rollen habt.
7. Besprecht welche Rollen noch nicht besetzt sind und welche den Wunsch nach Unterstützung haben.
8. Haltet alles in einer Liste fest und macht diese für alle Beteiligten zugänglich.
9. Sehr wichtig ist, dass ihr festlegt, wie ihr die Liste up-to-date halten wollt (setzt z.B. die Standardrolle AG-Koordinator\*in ein).
10. Die noch nicht-besetzten Rollen könnt ihr nun aktiv nach außen bewerben, in einer Mitmachbörse und in den offenen AG Kommunikations-Channel, um neue Menschen integrieren zu können (siehe „Onboarding“).

## 4. Entscheidungsfindung

Wir brauchen Klarheit, wie Entscheidungen bei den Creatives FF getroffen werden. Wann kann ich allein entscheiden, wann die Gruppe? Es liegt stets an jeder und jedem selbst, einzuschätzen, welche Konsequenzen eine Entscheidung hat und wie sie getroffen werden muss - ggf. mit Hilfe der Unterstützung anderer.

### 1. Einzelentscheidungen

Personen, die ein Mandat direkt übernommen haben (Einzelmandat), können ihre Entscheidungen eigenständig treffen, sollten aber weitere Personen vor der Entscheidung, also bei der Vorbereitung der Entscheidung, konsultieren und sicherstellen, dass ihre Entscheidungen vom Mandat gedeckt sind. **Nutzt eure Rollenmandate!** Nutzt dagegen Entscheidungsfindung in der Gruppe nur dann, wenn sie euch wirklich nötig erscheint.

### 2. Gruppenentscheidungen: Konsentprinzip

Das Konsentprinzip stammt aus dem demokratischen Organisationsmodell der Soziokratie. In der Soziokratie entscheiden Mitarbeiterkreise über verschiedene Themen. Diese Haltung bedeutet: Man trifft gemeinsam eine vorläufige Entscheidung, mit der alle können. Wenn die Entscheidung sich in der Praxis nicht bewährt, kann jemand einen schwerwiegenden Einwand liefern und so seinen Konsent (seine Zustimmung) wieder zurückziehen. Dann wird das Thema wieder im Kreis aufgerollt und neu entschieden. Der Einwand eines einfachen Mitarbeitenden zählt ebenso wie jener der Führungskraft.

Der Konsent regiert die Beschlussfassung und bedeutet: Keiner hat einen schwerwiegenden Einwand zu einem Vorschlag. Der Vorschlag ist es also wert, ausprobiert zu werden.<sup>3</sup> Als Problemlösungsmethode (kein Konsens erreicht) wird das Systemische Konsensieren (SK) für schwierige Gruppenentscheidungen empfohlen.

<sup>3</sup> Nicole Thurn, 2019, Wenn alle entscheiden: Konsens, Konsent oder Konsensieren im Unternehmen?



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne

AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

### 3. Systemische Konsensieren (SK)

Systemisches Konsensieren ist eine Problemlösungstechnik. D. h., ist es nicht möglich eine Entscheidung im **Konsentverfahren** zu erreichen, ist das **systemische Konsensieren** eine Möglichkeit das Problem zu lösen.

Voraussetzung ist den Entscheidungsraum zu erweitern. Dazu werden in der Gruppe möglichst viele Vorschläge erarbeitet, die zur Lösung der Frage, der Aufgabe, des Problems, beitragen können.

Fragen, die zur Entscheidung anstehen, werden in mehreren Diskussionsrunden durch neue Ideen modifiziert um offene Fragen zu erreichen, die mit mehreren Vorschläge beantwortet werden können.

Beispiel: Statt der Frage »Wollen wir im Urlaub nach Berlin oder Bayern fahren?« stellen wir die offenen Frage »Was wollen wir im Urlaub machen?«. Ist die erste Frage mit Berlin oder Bayern zu beantworten ist, gibt es bei der zweiten, der offenen Frage ein großes Spektrum an Möglichkeiten vorhanden.

Statt mit Ja-/Nein-Stimmen können jetzt mit einer zehnstufigen „Widerstands“-Skala (mit Enthaltungsmöglichkeit) die Vorschläge bewertet werden. Der Vorschlag mit den geringsten Widerständen (Summe aller Widerstände) gelte als Annäherung an einen Konsens.

#### Prozessschritte im Systemischen Konsensieren

1. Entscheidungsvorbereitung:
2. Bildgebung (im Idealfall alle zu Wort kommen lassen)
3. Lösungsfindung
4. Entscheidung (Für jede Lösungsvariante einzeln abfragen, Summe aller Widerständedokumentieren)

#### Die verschiedenen Arten von Widerstand

0–3 Eigentlich kein Widerstand. Möglichkeit: Varianten kann man damit in eine persönliche Reihenfolge bringen

4–6 Sachlich begründeter Widerstand. Mit einer Entscheidung für eine solche Variante kann aber umgegangen werden.

7–10 Schwerwiegender Widerstand. Man geht davon aus, dass diese Entscheidung der Gruppe schadet.

Hier wird die Methode genauer beschrieben: [CreativesFF-Entscheidungsfindung\\_Systemisches\\_Konsensieren.docx](#)

### 4. Strategische Ausrichtung über eine Konsens-Strategie

In dieser Strategie konvergieren die Aktivitäten von vielen unterschiedlichen Akteur\*innen zu einem Thema oder Muster, so dass sie die ganze Organisation durchdringt und **keinen Bedarf an zentraler Richtungsgebung oder Steuerung** hat. Im Unterschied zu ideologischen Strategien, in welcher der Konsens aus geteilten, weitverbreiteten Überzeugungen stammt, wächst die Konsens-Strategie durch wechselseitige Anpassung der Akteur\*innen aneinander. So entwickelt sich ein gemeinsames, vermutlich unvorhersehbares Muster.

In anderen Worten: Die Konvergenz wird nicht durch den Willen einer zentralen Administration oder den gemeinsamen Willen der Akteur\*innen, sondern durch die zufällige Entwicklung aus den Aktivitäten entstehen. Einzelne Akteur\*innen werden einen Konsens fördern oder sogar dahingehend verhandeln. Der wesentliche Punkt ist, dass die Strategie aus Aktivitäten entsteht und nicht aus Absichten.

Die Konvergenz wird durch die zufällige Entwicklung aus den Aktivitäten der Akteur\*innen entstehen. Der wesentliche Punkt ist, dass die Strategie aus Aktivitäten entsteht und nicht aus Absichten.

Das gemeinsame Thema oder Muster des Creatives FF ergibt sich aus den Vereinszweck laut § 2 der Vereinssatzung.

### 5. Konfliktklärung und Mediation

Bei schwerwiegenden Meinungsverschiedenheiten oder Verstößen gegen unseren Verhaltenskodex, die unter den Betroffenen oder Beteiligten nicht mehr konstruktiv gelöst werden (können), wird eine Mediation angestrebt.

Eine von extern moderierte Konfliktlösung setzt eine entsprechende Konfliktlösungsbereitschaft voraus. Nach dem Prinzip „Störungen haben Vorrang“ sehen wir Spannungen und Diskrepanzen als Chancen, unser gemeinsames Verständnis auszuweiten. Wir sind uns einig, dass wir – um am wirkungsvollsten sein zu können – ein möglichst spannungsfreies Miteinander als Basis benötigen. Aus diesem Grund sollte es im Sinne aller Mitglieder sein, Spannungen zu beseitigen und dafür auch externe Unterstützung anzunehmen, wenn diese notwendig werden sollte.



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## 5. Projekte: Förderung und Vergütung

Projekte werden innerhalb von Projektgruppen PGs bearbeitet.

PG's sind temporäre AGs. Sie haben ein Projektziel und verschwinden danach wieder. Sie können einer AG zugeordnet sein oder sich komplett unabhängig von anderen AG's bilden. Eine PG zu gründen ist Voraussetzung für eine der im folgenden skizzierten Projektförderungen.

Das Projekt sollte schon zu Beginn ausreichend beschrieben werden: Zielstellung, Kosten, Termin- und Personalplanung, Mandate und Mandatsträger\*in.

### 1. Vergütung

Die Arbeit in den Arbeitsgruppen des Creatives FF e.V. ist ehrenamtlich und wird im Prinzip nicht vergütet.

Anders sieht es bei der Projektarbeit in Projektgruppen PGs aus; hier ist eine Vergütung der Arbeit anzustreben. Grundsätzlich ist anzumerken, dass eine adäquate Entlohnung (gegenüber einer Festanstellung oder Selbstständigkeit) über (geförderte) Projektarbeit in Vereinen nicht möglich ist. Die geförderten Projekte können als Anschubfinanzierung oder als (teilweise) Aufwandsvergütung eingesetzt werden.

### 2. Fördergeber oder Spender

... können EU, Bund, Länder, Organisationen, Unternehmen, Einzelpersonen ... sein. Bei der Auswahl der Fördergeber bzw. Spender ist auf die Einhaltung des Code Of Conduct (CoC) von Creative FF e.V. zu achten und eine klare Grenze zu Greenwashing, Rassismus, Sexismus, Klassismus, Antisemitismus, Homophobie sowie anderen Ideologien und Unterdrückungsmechanismen, die einer gerechten Gesellschaft im Wege stehen, zu ziehen.

Weiterhin sollen folgende Kriterien eingehalten werden

→ nachhaltige, ressourcenschonende und fossilfreie Produktion- und Serviceleistungen

→ flache Hierarchien in der Organisation

Die Annahme der Spenden von Nichtmitgliedern ab einer bestimmten Höhe (in der Beitragsordnung des CFF e.V. festgelegt) wird vom Vorstand und der für Finanzierung und Crowdfunding zuständigen Arbeitsgruppe entschieden. Anonyme Spenden von Nichtmitgliedern sind ausgeschlossen.

Eine detaillierte Aufstellung der Spender und die jeweilige Höhe der Spende wird auf geeignete Weise offengelegt.

## 3. Fundraising

Die AG Fundraising unterstützt die Projektarbeit bei der Suche nach nutzbaren Fördermitteln und bei der Antragserstellung. Das Mandat für das Projekt liegt aber ausschließlich beim Projektleiter.

## 4. Projekte über externe Projektförderung

Hierbei bewirbt man sich bei einem Fördergeber mit einem an den Förderzielen ausgerichteten Projekt.

Dabei gibt verschiedene Projektförderungsmodelle:

### 1. Förderung nach Aufwand (meist mit einer Obergrenze)

Bei dieser Förderung bewirbt man sich mit einem Projektantrag, der eine Kostenkalkulation enthält. Meist sind Sach- und Personalkosten getrennt anzugeben. Daher enthält der Förderantrag einer stundenbasierten Aufwandskalkulation für Personalleistungen. Der für die Kosten zugrunde liegende Stundensatz bestimmt sich meist aus den Förderbedingungen und richtet sich dabei an Gehaltstabellen des öffentlichen Dienstes\* aus.

Eigenmittel des Antragstellers sind in vielen Fällen Voraussetzungen, können jedoch auch als Arbeitsleistungen erbracht werden. In diesem Fall würden die Eigenleistungen die geförderten Personalkosten senken.

### 2. Förderung mit fester Fördersumme (festes Budget)

Bei diesen Förderungen gibt es ein festes Budget für das Projekt. Es ist darauf zu achten, wie die Kosten für Sach- und/oder Personalkosten ausgegeben werden können. Reine Personalkosten lassen keinen Platz für Sachkosten. Reine Sachkosten (das können auch Ausgaben für Druck sein) lassen keinen Platz für Personalkosten. Hier ist zu beachten, dass sich der Umfang des Projektes von Beginn an der Höhe der Fördersumme orientiert.

In diesen Bereich fallen auch die projektbezogenen Spenden.

### 3. Projekte des Creatives FF e.V. – interne Projektförderung

Aus den Mitteln von nichtprojektbezogenen Spenden und den Zuwendungen der Mitglieder kann der CFF eigene Herzensprojekte, für die keine anderweitige Förderung erlangt werden kann, oder für Projekte die unterfinanziert sind, einen Kostenzuschuss auf Antrag beschließen. Der schriftliche Antrag hat wie üblich Zielstellung,



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne

AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

Kosten, Termin- und Personalplanung zu enthalten und muss sich innerhalb der Strategie des CFF bewegen.

Über den Antrag wird im Vorstand zuzüglich zweier weiteren Personen nach §9 Satzung abgestimmt. Dabei ist zu beachten das Projektbeteiligte nicht stimmberechtigt sind.

### 4. Freie Projekte durch Vermittlung des Creatives FF e.V.

Der Creatives FF e.V. unterstützt seine Mitglieder bei der Akquisition von freien Projekten.

Freie Projekte werden außerhalb der Verantwortung des Creatives FF e.V. abgewickelt. Sie entstehen durch einen direkten Vertragsabschluss zwischen Auftraggeber (kein Fördergeber) und dem Mitglied (Auftragnehmer), durch Vermittlung durch den Creatives FF e.V.. Grund dafür sind die beschränkten personellen Ressourcen. Für die Unterstützung und Vermittlung erbittet sich der Verein eine Spende in Höhe von 7 % der Netto-Auftragssumme.\*

Beispiel: Auftraggeber\*in A sucht über eine Anfrage über den Verein eine Expert\*in für nachhaltige Medienproduktion für einen Tagesworkshop. Der Verein gibt die Anfrage an Mitglied X weiter. Es kommt ein direkter Vertrag über 3000 € zustande. Nach Rechnungserhalt spendet X 210 € an den Verein. Ergeben sich daraus Folgeaufträge von dieser Auftraggeber\*in, liegt es im Ermessen des Mitglieds weitere Spenden zu tätigen.

### 5. Rücktritt

Sollte sich im Laufe einer Förderung ein Verstoß gegen unseren CoC bekannt werden, behält sich der Creatives FF e.V. vor, eine Beendigung der Zusammenarbeit unter Ausgleich der bis dahin geleisteten Investitionen auf beiden Seiten in Betracht zu ziehen.

## 6. Urheberrecht und Nutzungsrechte

Die Projekte und Arbeiten, die mit Unterstützung von Creatives FF zustande oder umgesetzt worden, sind nach der auf der Website veröffentlichten Nutzungsrechtsvereinbarung <https://creativesforfuture.de/nutzungsrechte/> zu kennzeichnen.

Urheberrechte werden davon nicht berührt. Sie verbleiben bei der Autorin/beim Autor.

Beispiel: CC BY-SA 4.0 {\*Name\*} for Creatives for Future

## Literatur

Der CoC der Creatives FF orientiert sich an dem SOS-Handbuch von XR

Website: <https://wiki.extinctionrebellion.de/books/sos-handbuch>

XR-SOS-Handbuch (als PDF) [https://www.dropbox.com/scl/fi/ve8jegzspl7fwplcaew81/2019-XR-SOS-Handbuch-20190801\\_4.pdf?dl=0&rlkey=53ldz1sckrrdge-0tuaadln90d](https://www.dropbox.com/scl/fi/ve8jegzspl7fwplcaew81/2019-XR-SOS-Handbuch-20190801_4.pdf?dl=0&rlkey=53ldz1sckrrdge-0tuaadln90d)

Soziokratie 3.0: <https://patterns-de.sociocracy30.org/introduction.html>

Konensprinzip: <https://de.wikipedia.org/wiki/Konsensprinzip>

Zahlungen an Vereinsmitglieder: <https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/dseerechtstipp/zahlungen-an-vereinsmitglieder>

## Sprachregelung Name:

Unsere Abkürzung ist Creatives FF bzw. CFF.

Zwei unterschiedliche Formen im Sprachgebrauch:

1. Wir, die Creatives FF, stehen für ... (**»die«/Plural**, bezieht sich auf die Mitglieder, die Creatives FF)
2. Der Creatives For Future e.V. ... (**»der«/Singular maskulin**, bezieht sich auf den Verein)



## Inhalt

Präambel | 1

Haltung | 1

Die Prinzipien der Creatives For Future | 2

Strukturen | 2

Arbeitsgruppen AGs

Projektgruppen PG's

Ankerkreis

Rollen und Mandate

Rollenbeschreibung

Etablierung von Rollen und Mandaten

Entscheidungsfindung | 4

Einzelentscheidungen

Gruppenentscheidungen:

Konsentprinzip

Systemisches Konsensieren

Strategische Ausrichtung

über eine Konsens-Strategie

Konfliktklärung und Mediation

Projekte: Förderung und Vergütung | 6

Projekte

Vergütung

Fundraising

Welche Arten von Projekten sind möglich?

Rücktritt

Urheberrecht und Nutzungsrechte | 7

Literatur | 7

Sprachregelung Name: | 7

Beispiel: Projektgruppe ohne AG Zuordnung | 8

Impressum | 8

## Beispiel: Projektgruppe ohne AG Zuordnung

Daniel möchte einen Plakatwettbewerb mit Ausstellungen durchführen.

Es gibt keine passende AG, in der sich Daniel zugehörig fühlt. Daniel hat keine Funktion/Mandat, wie z.B. Mitglied in einer AG/im Vorstand. Er und sein Team organisieren sich selbst und gründen damit eine Projektgruppe (PG) »Plakatwettbewerb«.

Da Creatives FF als selbstorganisiertes Netzwerk angelegt ist, informiert Daniel als Verantwortlicher der PG »Plakatwettbewerb« das Netzwerk über die AG »Projekt- und Projektgruppen-Koordinierung«.

Für die PG »Plakatwettbewerb« ist ein Selbstverständnis zu formulieren (siehe oben AG/PG) und im Netzwerk zu veröffentlichen.

Daniel und sein Team dürfen selbst entscheiden, wie sie andere Creative FF über ihr Projekt informieren. Eine einfache Möglichkeit wäre es, einen offenen Slack-Kanal anzulegen und die Termine der Treffen dort anzukündigen.

Eine Kommunikation des Projektes über die Kanäle des Creatives FF ist über die entsprechende AG (Kommunikation & PR) zu koordinieren.

Neben dem Selbstverständnis ist eine Projektdokumentation nach Projektabschluss erwünscht. Sie soll zur Veröffentlichung in sozialen Medien, Präsentationen und auf der Website zur Dokumentation der Arbeit der Creatives FF dienen.

Nach Abschluss der Arbeiten, nach Ende das Projekte löst sich die PG auf.

## Impressum

Creatives For Future e.V.

<https://creativesforfuture.de/>  
[info@creativesforfuture.de](mailto:info@creativesforfuture.de)