

Taste of Malawi e.V.

Einnahmen- / Ausgabenrechnung 2018

1) *Einnahmen*

1. Spenden und Subventionen	€5,691.68
2. Verkaufserlöse	€700.01
	<u>€6,391.69</u>

2) *Ausgaben*

1. Überträge an Partner "Chitenje and Tailors"	-€6,980.97
2. Sonstige Ausgaben ideeler Bereich	-€240.32
	<u>-€7,221.29</u>

Vermögensübersicht zum 31.12.2018

1) *Vermögen*

1. Bankkonto	€34.68
	<u>€34.68</u>

2) *Verbindlichkeiten*

	€0.00
	<u>€0.00</u>

Reinvermögen daher

€34.68



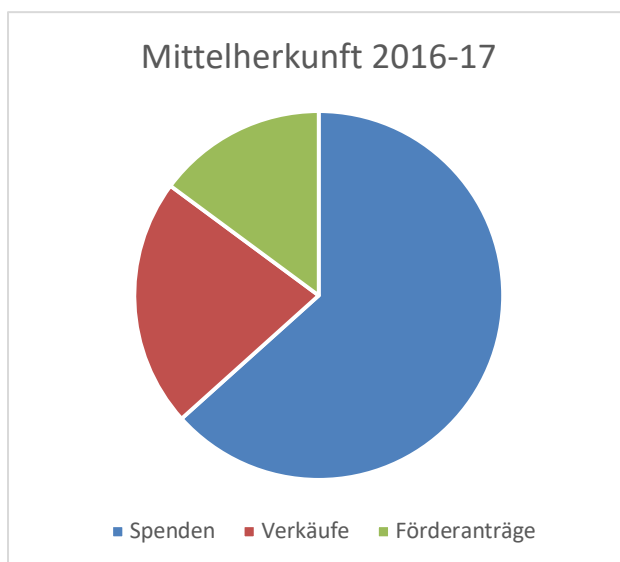
Finanzierungsbericht – Taste of Malawi e.V.

1. Struktur des Projektes im Kontext der Mittelherkunft und Verwendung

Taste of Malawi e.V. lässt sich in zwei Projekteinheiten einteilen, die rechtlich unabhängig voneinander sind. Zum einen gibt es die europäische Projekteinheit die als eingetragener gemeinnütziger Verein agiert und die malawische Projekteinheit, welche als „Non-Government Organisation“ in Malawi registriert ist. Das Projekt finanziert sich primär über die europäische Seite, während die Mittel fast ausschließlich auf der Malawischen Seite verwendet werden. Über 2016-2017 wurden insgesamt 27884,54€ eingenommen, davon 86,7% durch die europäische Projektseite.¹ Insgesamt sind über diese Periode Kosten i.H.v. 24241,09€ angefallen, davon 96% in Malawi.

2. Herkunft

Es gibt drei Quellen aus denen unsere Mittel kommen: Spenden, Verkäufe und Förderanträge. Die größte Quelle sind Spenden.



Über 2016-2017 wurden 17666,17€ Spendeneinnahmen realisiert, das sind 63,4% unserer gesamten Einnahmen. Am erfolgreichsten ist dabei Crowdfunding über die Plattform betterplace.org, wo viele kleine Einzelspenden gesammelt werden. Sonst kommen Spenden über einzelne Events wie Benefizkonzerte oder als Einzelspenden direkt an das Projekt.

Die zweit größte Einkommensquelle sind Verkäufe von Produkten die während der Ausbildung in Malawi geschneidert wurden. Diese beliefen sich im selben Zeitraum mit 6072,47€ auf 21,8% der Gesamteinkünfte. Davon sind 59,8% in Malawi erzielt worden, primär über größere Aufträge von Organisationen wie z.B. der Deutschen Botschaft in Lilongwe. 40,2% sind in Deutschland erzielt worden, vor allem durch Stände auf Festivals und Weihnachtsmärkten aber auch zeitweilig durch einen Online-Shop.

¹ Daten über 2018 sind noch nicht vollständig ausgewertet und liegen daher hier noch nicht vor.



TASTE OF MALAWI

a project for the heart.

www.facebook.com/TasteofMalawi
www.tasteofmalawi.org

Die letzte Quelle sind Förderanträge, mit denen 4145,90€ bisher erzielt wurden und somit die verbleibenden 14,7% unserer Gesamtmittel ausmachen.

3. Verwendung

In Malawi werden die Mittel primär für vier Kategorien verwendet: Material, Gehälter, Investitionen und Sonstiges. Materialien sind die Stoffe die für die Schneiderausbildung verwendet werden. Gehälter sind, wie der Name suggeriert, Gehälter für die Projektleiter und Schneiderlehrer in Malawi sowie für die Frauen die Ausgebildet werden. Investitionen fallen unregelmäßig an und haben wurden bisher für die Anschaffung von Maschinen und die Ausbaut des Projektes in Malawi verwendet. Sonstiges beinhaltet viele kleine Kosen die Regelmäßig in Malawi anfallen wie z.B. Strom und Wasser, Transportkosten, Essen und Tee, Büroutensilien und ähnliches.

In Deutschland fallen Kosten für Buchhaltungssoftwares, Flyer, Standgebühren oder Transportkosten zwischen Deutschland und Malawi an.

4. Zukunft

Auch in der näheren Zukunft werden wir uns wahrscheinlich primär über Spenden finanzieren. Unsere Fundraising und Social Media Teams sind inzwischen sehr erfahren darin, unsere Zahlreichen Unterstützer zu erreichen und mit neuen Kampagnen weiter Leute vom Projekt zu begeistern. Allerdings wollen wir die Struktur der Spenden ändern und mehr regelmäßige Dauerspender gewinnen durch deren Unterstützung die Finanzierung des Projektes noch stabiler und vorhersehbarer wäre. In der längeren Frist wollen wir des Weiteren die Abhängigkeit von Spenden verringern und Verkäufe stärken. Ein Ziel ist es, die Finanzierung des Projektes nachhaltiger zu gestalten. Langfristig möchten wir ein Projekt sein, dass Gutes tut und gleichzeitig sich vorwiegend aus eigenen Mitteln finanzieren kann. In dieser Hinsicht haben wir im vergangenen Jahr bereits viel Arbeit geleistet. Mehrere begeisterte Schneiderinnen in Deutschland haben eine Kollektion entworfen, die einfach zu schneidern ist und sich gut zum Lernen eignet und gleichzeitig an die Geschmäcker des deutschen und europäischen Marktes angepasst ist. Auch Verkäufe in Malawi selber sollen steigen. Dafür haben wir verstärkt auf BWL Training für unsere Projektleitung in Malawi gesetzt und in 2018 bereits einen größeren Auftrag für ein Malawisches Krankenhaus erworben und erfolgreich abgeschlossen.