



**IWAK**  
Institut für Wirtschaft,  
Arbeit und Kultur



in Kooperation mit

**INTERVAL**

# (Alternative) Finanzierungsmöglichkeiten

Erfahrungen aus dem Modellvorhaben  
NAH sein – Nachbarschaftshilfe im Alltag.

Ein Modellvorhaben nach § 45c Abs. 1 Nr. 3 SGB XI  
zur Professionalisierung von Nachbarschaftsvereinen in Hessen



**HESSEN**



**Hessisches Ministerium  
für Familie, Senioren, Sport,  
Gesundheit und Pflege**

Gefördert aus Mitteln des Hessischen  
Ministeriums für Familie, Senioren, Sport,  
Gesundheit und Pflege und der sozialen  
und privaten Pflegeversicherung in Hessen.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Die Finanzierung von Nachbarschaftshilfevereinen</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Öffentliche Fördermittel</b> .....	<b>5</b>
2.1 Nach öffentlichen Fördermöglichkeiten suchen .....	5
2.2 Öffentliche Fördermöglichkeiten nutzen .....	6
<b>3. Weitere Finanzierungsmöglichkeiten: Fundraising</b> .....	<b>7</b>
3.1 Crowdfunding .....	7
3.2 Sponsoring .....	8
3.3 Bußgelder .....	9
3.4 Landesauschüttungen durch Lotterien .....	9
<b>4. Checkliste</b> .....	<b>10</b>
<b>Kontaktdaten</b> .....	<b>12</b>

---

## Einleitung

Nachbarschaftshilfevereine tragen mit ihren haushaltsnahen Dienstleistungen in Hessen wesentlich dazu bei, dass unterstützungs- und pflegebedürftige Menschen möglichst lange in ihrer eigenen Häuslichkeit verbleiben können. Dabei nimmt die Nachfrage nach haushaltsnahen Dienstleistungen stetig zu und viele Nachbarschaftshilfevereine, die vor allem mit Ehrenamtlichen arbeiten, sind dadurch häufig stark belastet. Oft sehen sie sich einem zunehmenden Druck ausgesetzt, wenn es darum geht, neue und jüngere Ehrenamtliche zu gewinnen und zu qualifizieren, komplexe Abläufe in der Einsatzplanung und Abrechnung zu organisieren oder gar Hauptamtliche zu beschäftigen.

Schnell wird deutlich, dass diese Herausforderungen gelöst werden müssen, damit sich die Nachbarschaftshilfevereine stabil in die Zukunft entwickeln und ihre Angebote nachhaltig absichern können.

Mit dem Modellvorhaben „**NAH sein – Nachbarschaftshilfe im Alltag und im Haushalt Älterer**“ wurden Unterstützungsangebote für Nachbarschaftshilfevereine, die haushaltsnahe Dienstleistungen erbringen, entwickelt, erprobt und verbreitet.

Die an dem Projekt teilnehmenden Vereine und Personen, Thomas Eymann, Vorstand, Nachbarschaftshilfe Oberer Rheingau e. V., Eltville, Dr. Hans Unbehauen, Vorstand, Miteinander – Füreinander Oberes Fuldata e. V., Ebersburg, Traugott Arens, Vorstand, Nachbarschaftshilfe Bad Nauheim e. V., Annett Martin, Vorstandin, piano e. V., Kassel, Petra Herd, für die Gemeinde Eppertshausen und Dieter Veith, Vorsitzender Seniorenbeirat der Stadt Weiterstadt, waren maßgeblich an dem guten Gelingen des Projekts beteiligt, vor allem indem sie **offen ihre Lösungen und guten Beispiele** aus der Praxis untereinander geteilt haben und diese, ergänzt durch den Input des Projektteams, umgesetzt haben.

Mit diesem **Leitfaden** möchten wir Ihnen die **Erfahrungen und Erkenntnisse** aus dem Modellprojekt darlegen und Sie mit dem Wissen dabei unterstützen, Ihren Verein zukunftssicher aufzustellen.

Das Modellvorhaben wurde von Dezember 2023 bis Februar 2025 aus Mitteln des Hessischen Ministeriums für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege sowie der sozialen und privaten Pflegeversicherung in Hessen gefördert.

## 1. Die Finanzierung von Nachbarschaftshilfevereinen

Die Finanzierung von Nachbarschaftshilfevereinen ist vielschichtig und mit diversen Herausforderungen verbunden. Häufig sind die Vereine auf verschiedene Finanzierungsquellen angewiesen, beispielsweise freiwillige Spenden, lokale Sponsorinnen und Sponsoren, Mitgliedsbeiträge oder öffentliche Fördermittel. Diese Vielfalt führt jedoch oft zu einer unregelmäßigen und unsicheren finanziellen Ausstattung.

### Mögliche Finanzierungswege



**Spenden**  
**Mitgliedsbeiträge**  
Landesausschüttungen durch Lotterien  
**Öffentliche Fördermittel**  
**Crowdfunding**  
**Sponsoring**  
Bußgelder

## 2. Öffentliche Fördermittel

*Die Nutzung von Newslettern oder öffentlichen Förderportalen hat uns sehr geholfen, den Rechercheaufwand zu reduzieren.*

Dr. Hans Unbehauen, Vorstand Nachbarschaftshilfe Miteinander – Füreinander Oberes Fuldata e. V.

Öffentliche Fördermittel können hierbei eine bedeutende Rolle spielen, da sie zumindest über einen bestimmten Zeitraum finanzielle Stabilität und Planungssicherheit gewährleisten sowie das Angebot der Vereine ausbauen oder verstetigen können. Allerdings sind diese Mittel häufig projektgebunden und setzen aus Sicht der Nachbarschaftshilfe aufwendige Antragsverfahren sowie umfassende Verwendungsnachweise voraus, was insbesondere für Vereine mit begrenzten Ressourcen eine erhebliche Herausforderung darstellt. Hinzu kommt, dass bereits die Recherche nach geeigneten Förderprogrammen und die Prüfung ihrer Passgenauigkeit einen hohen zeitlichen Aufwand erfordert.

Im Folgenden werden einige Suchwege für öffentliche Finanzierungsmöglichkeiten vorgestellt. Da die Beantragung öffentlicher Förderung oftmals komplex ist, werden in diesem Leitfaden auch alternative Finanzierungsmöglichkeiten thematisiert.

### 2.1 Nach öffentlichen Fördermöglichkeiten suchen

Die Suche nach passenden Fördermöglichkeiten ist aufwendig. Die am Projekt partizipierenden Vereine berichten, dass in ihren Organisationen mehrere Personen im Verein für die Recherche nach Fördermöglichkeiten und die Bewertung ihrer Eignung zuständig sind. In vielen Fällen handelt es sich dabei um Vorstandsmitglieder oder hauptamtliche Kräfte, da z. B. auch die Einschätzung der Passgenauigkeit eines Förderprogramms zeitaufwendig und komplex sein kann.

Zur Erleichterung der Recherche erweist sich die Nutzung relevanter Newsletter oder öffentlich zugänglicher Förderportale als hilfreich. Im Folgenden wird eine Auswahl an Förderportalen vorgestellt, die speziell auf ehrenamtliche Organisationen ausgerichtet sind. Es wird jedoch von Vereinen angemerkt, dass diese Portale oft nicht ausreichend auf die spezifischen Bedürfnisse von Nachbarschaftshilfevereinen abgestimmt sind, weshalb im Folgenden ebenfalls Erfahrungen der teilnehmenden Vereine dargestellt werden.

*Die Antragstellung und die dazugehörigen Nachweise sind extrem zeitaufwendig. Es ist schwierig, diesen Aufwand mit unseren begrenzten Kapazitäten zu bewältigen. Deshalb ist es hilfreich, Wissen um die Antragsstellung und Nachweisführung möglichst mehreren ausgewählten Personen im Verein zugänglich zu machen und diese durch z. B. Schulungen zu unterstützen.*

Dr. Hans Unbehauen, Vorstand Nachbarschaftshilfe Miteinander – Füreinander Oberes Fuldata e. V.

## Öffentliche Förderportale

- Ehrenamtsagentur Hessen: Förderdatenbank zu öffentlichen Fördermitteln in Hessen <https://www.deineehrenamt.de/foerderprogramme>
- Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt: Förderdatenbank zu verschiedenen Förderprogrammen <https://foerderdatenbank.d-s-e-e.de/>
- Wegweiser Bürgergesellschaft: Förderdatenbank zu öffentlichen Fördermitteln, Fonds und Stiftungen <https://www.buergergesellschaft.de/mitgestalten/tipps-fuer-engagierte-organisationen/foerdermittel>
- Landesstiftung Miteinander in Hessen: Möglichkeiten zur Förderberatung <https://miteinander-in-hessen.de/foerderung/foerderberatung/>

## Empfehlungen der Vereine zu Förderportalen und Möglichkeiten

- Förderung des Auf- und Ausbaus und auf Unterstützung von Gruppen ehrenamtlich tätiger sowie sonstiger zum bürgerschaftlichen Engagement bereiter Personen und entsprechend ehrenamtlicher Strukturen nach § 45c Abs. 1 Nr. 2 i. V. m § 45c Abs. 4 SGB XI [https://rp-giessen.hessen.de/sites/rp-giessen.hessen.de/files/2024-01/20230930\\_anlage\\_3\\_-\\_antrag\\_initiativen\\_ehrenamt\\_land.pdf](https://rp-giessen.hessen.de/sites/rp-giessen.hessen.de/files/2024-01/20230930_anlage_3_-_antrag_initiativen_ehrenamt_land.pdf)

## 2.2 Öffentliche Fördermöglichkeiten nutzen

Viele Vereine verfügen bereits über Mitglieder mit Expertise in der Antragsstellung für Fördermittel, die durch interne Bestandsaufnahmen oder gezielte Aufrufe identifiziert werden können. Diese Personen sollten durch Fortbildungen und Ressourcen wie Vorlagen und Checklisten unterstützt werden. Um das Wissen breiter im Verein zu verankern, sind Schulungen und der Austausch von Best Practices sinnvoll.

Externes Know-how spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, insbesondere wenn interne Kapazitäten begrenzt sind. Ehrenamtliche oder hauptamtliche Expertinnen und Experten können gezielt gewonnen werden, etwa durch Netzwerke oder Kooperationen. Zudem ist die Aneignung von Wissen durch externe Schulungen oder Fortbildungen entscheidend, um langfristig unabhängig zu bleiben. Förderberatungen, die von spezialisierten Institutionen angeboten werden, bieten eine weitere Unterstützung, indem sie den Verein bei der Auswahl von Förderprogrammen, der Antragsstellung und der Mittelverwaltung begleiten.

## 3. Weitere Finanzierungsmöglichkeiten: Fundraising

Da aus Sicht der Vereine die öffentlichen Fördermittel häufig nicht ausreichend, zeitlich begrenzt, nicht schnell genug verfügbar oder grundsätzlich nicht zugänglich sind, werden im Folgenden weitere Finanzierungsmöglichkeiten, die unter das Konzept des Fundraisings fallen, erläutert. Fundraising umfasst alle Maßnahmen, mit denen der Verein Geld-, Sach- oder Zeitspenden generiert. Diese können Vereine nutzen, um unabhängiger von öffentlichen Fördermitteln zu sein.

Bevor eine der folgenden Möglichkeiten angewendet werden kann, empfiehlt es sich ein Fundraising Konzept zu erstellen. Dies ist Voraussetzung für ein erfolgreiches Einwerben von Spenden. An den folgenden acht Punkten können Sie sich bei der Erstellung des Konzepts orientieren:

1. Adressat: Bestimmen Sie Ihre Zielgruppe anhand persönlicher (z. B. Alter, Einkommen) und funktionaler Merkmale (z. B. Erst- oder Großspender).
2. Angebote: Passen Sie die vorgestellten Projekte auf die jeweilige Zielgruppe an, um deren Interesse gezielt zu wecken.
3. Absender: Präsentieren Sie Ihre Organisation als seriös und vertrauenswürdig, damit Spender eine emotionale Bindung aufbauen.
4. Ansprache: Wählen Sie geeignete Kommunikationskanäle, um die Zielgruppe effektiv zu erreichen.
5. Anzeige: Erwägen Sie zusätzliche Werbung zur Ansprache.
6. Absicherung: Unterstützen Sie Ihr Spendengesuch durch kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit.
7. Auszahlung: Geben Sie eine Spendenempfehlung, ggf. mit Mindest- oder Staffelbeträgen.
8. Anbindung: Bleiben Sie durch Danksagungen und Projektberichte mit Ihren Spendern in Kontakt, um künftige Spenden zu fördern.

### 3.1 Crowdfunding

Crowdfunding bietet Vereinen die Möglichkeit, ihre Projekte durch die Unterstützung vieler Personen zu finanzieren. Im Jahr 2023 wurde in Deutschland ein Transaktionsvolumen von ca. 52,58 Millionen Euro<sup>1</sup> im Crowdfunding-Bereich geschätzt.

Diese Projekte werden in der Regel über das Internet organisiert, wobei die breite Öffentlichkeit für den Erfolg entscheidend ist. Oft muss eine festgelegte Mindestsumme in einem bestimmten Zeitraum erreicht werden. Scheitert dies, erhalten die Unterstützerinnen und Unterstützer ihr Geld zurück.

---

<sup>1</sup> Statista, Prognose zur Entwicklung des Transaktionsvolumens der Crowdfunding-Projekte in Deutschland von 2018 bis 2028, abgerufen: 03.01.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/969164/umfrage/entwicklung-des-transaktionsvolumens-der-crowdfunding-projekte-in-deutschland/>

Es gibt verschiedene Methoden des Crowdfundings, die Vereine nutzen können:

1. Klassisches, spendenbasiertes Crowdfunding: Unterstützer spenden ohne eine direkte Gegenleistung.
2. Belohnungsbasiertes Crowdfunding: Unterstützer erhalten eine Gegenleistung, wie etwa Gutscheine oder Geschenke, die mit dem Spendenzweck verbunden sind.

Zur Durchführung von Crowdfunding-Kampagnen stehen Vereinen zahlreiche Online-Portale zur Verfügung, auf denen sie ihre Projekte professionell bewerben und Spenden sammeln können.

Da die Konkurrenz auf diesen Plattformen stetig wächst, reicht es nicht aus, nur dort mit einer Kampagne präsent zu sein. Es ist notwendig, potenzielle Förderer aktiv dorthin zu führen, etwa durch die eigene Website, Newsletter, Social Media oder QR-Codes.

Durch eine gezielte Ansprache und eine strategische Nutzung der verschiedenen Crowdfunding-Methoden kann die Sichtbarkeit der Kampagne gesteigert und der Erfolg des Projekts gesichert werden.

*Viele der öffentlich zugänglichen Förderportale und der darauf angebotenen Förderungen sind nur bedingt auf die spezifischen Bedürfnisse von Nachbarschaftshilfevereinen zugeschnitten, deshalb nutzen wir im Verein alternative Finanzierungsmöglichkeiten. Diese sind gar nicht schwer zu nutzen und passen gut zu unseren Bedürfnissen.*

Traugott Arens, Vorstand Nachbarschaftshilfe Bad Nauheim e. V.

## 3.2 Sponsoring

Sponsoring kann ein geeignetes Mittel zur Finanzierung von Vereinsbedarfen sein.

Beim Sponsoring handelt es sich um eine vertraglich definierte Geschäftsbeziehung, bei der ein Verein finanzielle Mittel oder Sachleistungen von einem Unternehmen erhält. Im Gegenzug erbringt der Verein vertraglich vereinbarte Gegenleistungen, wie beispielsweise Werbung oder die Bereitstellung von Werbeflächen.

Sponsoring-Einnahmen fallen unter den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Vereins und sind somit steuerpflichtig. Dies gilt auch für sogenannte Barter Deals, bei denen kein direkter Geldfluss stattfindet, sondern Dienstleistungen, Produkte oder Werbeflächen getauscht werden.

Um Sponsoren erfolgreich anzusprechen und zu gewinnen, ist es wichtig, ein fundiertes Sponsoring-Konzept zu erstellen. Dieses Konzept sollte konkrete Ideen und maßgeschneiderte Vorschläge für den potenziellen Sponsor enthalten und sowohl den Verein als auch dessen Leistungen detailliert vorstellen. Eine strukturierte Datenbank mit allen Kontaktdaten von potenziellen und aktiven Sponsoren ist dabei ein essenzielles Werkzeug, um den Überblick zu behalten und gezielt kommunizieren zu können.

Jeder Sponsor sollte einen festen Ansprechpartner im Verein haben, um eine reibungslose Kommunikation sicherzustellen. Es ist von entscheidender Bedeutung, den regelmäßigen Kontakt zu Sponsoren zu pflegen, um bestehende Partnerschaften zu verlängern und zu vertiefen, anstatt ständig nach neuen Sponsoren suchen zu müssen. Diese langfristige Bindung stärkt die Zusammenarbeit und sichert dem Verein kontinuierliche Unterstützung.

### 3.3 Bußgelder

Bußgelder können eine wichtige Einnahmequelle für gemeinnützige Organisationen darstellen. Gerichte haben die Möglichkeit, im Rahmen von Verurteilungen, Geldstrafen zu verhängen, die von den Verurteilten an eine vom Richter festgelegte gemeinnützige Organisation gezahlt werden müssen.

Vereine, die als Begünstigte solcher Zahlungen gelistet werden möchten, können die entsprechenden Informationen beim zuständigen Oberlandesgericht oder anderen relevanten Stellen erfragen und sich in die Spendenlisten oder Bußgeldlisten eintragen lassen.

*Sponsoring und Spenden von lokalen Unternehmen sind für uns wichtige Finanzierungsquellen. Besonders Projekte mit klaren Zielen und einem überschaubaren finanziellen Rahmen werden gerne unterstützt.*

Annett Martin, Vorstandin piano e. V.

### 3.4 Landesausschüttungen durch Lotterien

Zuwendung aus Lottomitteln können ebenfalls zur Finanzierung der Vereinstätigkeiten beitragen. In Hessen besteht zum einen die Möglichkeit, Mittel aus der Glücksspielabgabe durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum (HMWW) zu erhalten und zum anderen durch die Glücksprojekte von LOTTO Hessen.

## 4. Checkliste

Im Folgenden finden Sie noch einmal eine kurze Checkliste mit den wichtigsten Punkten der Ausführungen zu den einzelnen Themenbereichen.

Bei Fragen zu diesen oder dem Modellprojekt nutzen Sie gerne die Möglichkeit, uns unter den angegebenen Kontaktdaten zu kontaktieren

### a.) Fördermöglichkeiten nutzen

- Personen im Verein identifizieren oder extern gewinnen, die über das nötige Know-how zur Antragstellung und Bearbeitung verfügen
- Diese Personen unterstützen
- Weiterbildung zur Aneignung von Expertise zur Antragsstellung und interne Zielgruppe ermitteln und festlegen
- Geeignete Kanäle zur Ansprache definieren

### b.) Fundraising Konzept

1. **Adressat:** Wer soll mit dem Spendenaufruf erreicht werden?
2. **Angebote:** Welche Projekte, Themen, Initiativen werden vorgestellt?
3. **Absender:** Der Verein stellt sich vor.
4. **Ansprechen:** Über welche Kanäle soll kommuniziert werden?
5. **Anzeigen:** Wie soll zusätzlich zur Ansprache geworben werden?
6. **Absicherung:** Wie kann das Spendengesuch unterstützt werden?
7. **Auszahlung:** Was ist das Spendenziel (Höhe der Spende)?
8. **Anbindung:** Wie und durch wen werden Spender betreut?

### c.) Crowdfunding

- Beschreibt die Unterstützung eines Projekts durch viele Personen
- Crowdfunding-Projekte werden i. d. R. über Internetplattformen organisiert
- Breite Öffentlichkeit ist entscheidend für Gelingen
- Oft muss eine Mindestsumme in einem vorher festgelegten Zeitraum erreicht werden, gelingt dies nicht, bekommen die Unterstützer ihr Geld zurück
- Die „Konkurrenz“ wächst stetig. Deshalb reicht es nicht aus, auf den Plattformen allein mit einer Kampagne vertreten zu sein. Förderer müssen aktiv dorthin gelotst werden (z. B. über Website, Newsletter, Social Media, QR-Codes)

### d.) Sponsoring

- Beschreibt vertraglich definierte Geschäftsbeziehung, in der Regel mit einem Unternehmen
- Für bereitgestellte Mittel muss der Verein Gegenleistungen erbringen
- Sponsoring-Einnahmen zählen zum wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und müssen versteuert werden
- Gilt auch für Tauschgeschäfte (Barter Deals), bei denen kein Geldfluss stattfindet
- Barter Deals: Es werden keine monetären Geldleistungen erbracht, stattdessen Dienstleistungen, Produkte oder Werbeflächen miteinander getauscht

- Sponsoren ansprechen und gewinnen
  - Erstellen eines Sponsoring-Konzepts: mit konkreten Ideen, individuell auf den Partner zugeschnitten, stellt Verein und seine Leistungen vor
  - Erstellen und pflegen einer Datenbank mit allen Kontaktdaten potenzieller und aktiver Sponsoren
  - Jeder Sponsor sollte einen festen Ansprechpartner auf Vereinsseite haben
  - Regelmäßiger Kontakt zu Sponsoren: bestehendes Sponsoring verlängern, statt neue Partner zu suchen
  - Je sensibler der Vereinszweck ist, desto kritischer wird die Einflussnahme von Sponsoren in der Öffentlichkeit wahrgenommen
  - Ein negatives Image des Sponsors kann auch die Reputation des Vereins nachhaltig beschädigen

#### e.) Bußgelder

- Gerichte können Geldstrafen verhängen, die von den Verurteilten an eine vom Richter festgelegte gemeinnützige Organisation gezahlt werden müssen
- Es gibt Verzeichnisse, die bei den Gerichten als sogenannte „Spendenlisten“ oder „Bußgeldlisten“ geführt werden
- Informationen, wie der Verein gelistet werden kann, können bei dem zuständigen Oberlandesgericht erfragt werden (variieren)

#### f.) Landesausschüttungen durch Lotterien

- Zuwendung aus Einnahmen aus der Glücksspielabgabe (Lottomittel) durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum (HMWVW)
  - Mögliche Förderung für allgemeine Vereinsarbeit, keine Personalkosten
  - Bei Förderung über 500 €: Anteil der Eigenleistungen des Antragstellenden mind. 10 Prozent der Gesamtausgaben
  - Nur möglich, wenn Antragstellende es nicht aus eigener Kraft schaffen, die beantragte Maßnahme zu finanzieren
  - Hinweise zur Gewährung einer Zuwendung aus Einnahmen aus der Glücksspielabgabe (Lottomittel) inkl. Antragsverfahren: <https://wirtschaft.hessen.de/sites/wirtschaft.hessen.de/files/2023-01/lottohinweise.pdf>
- Glücksprojekte von LOTTO Hessen
  - Teilnahme steht eingetragenen Vereinen aus Hessen offen
  - Unter allen eingereichten und zugelassenen Projekten wird wöchentlich ein Glücksprojekt ermittelt.
  - Dieses erhält Projektförderung in Höhe von 2.000 Euro
  - Hinweise zur Gewährung einer Zuwendung inkl. Antragsverfahren unter Glücksprojekte: LOTTO hilft Hessen unterstützt Vereinsprojekte: [https://www.lotto-hessen.de/magazin/meldungen/gluecksprojekte-lotto-hilft-hessen-unterstuetzt-vereinsprojekte\\_025526#:~:text=Unter%20dem%20Titel%20%22LOTTO%20hilft,Projekte%20sollen%20gro%C3%9Fe%20Wirkungen%20erzielen.](https://www.lotto-hessen.de/magazin/meldungen/gluecksprojekte-lotto-hilft-hessen-unterstuetzt-vereinsprojekte_025526#:~:text=Unter%20dem%20Titel%20%22LOTTO%20hilft,Projekte%20sollen%20gro%C3%9Fe%20Wirkungen%20erzielen.)

---

## Kontakt Daten

### Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK)

Dr. Christa Larsen – Projektleitung  
E-Mail: [C.Larsen@em.uni-frankfurt.de](mailto:C.Larsen@em.uni-frankfurt.de)  
Eschersheimer Landstraße 121–123  
60322 Frankfurt am Main

### InterVal GmbH

Dr. Stefan Ekert – Stellvertretende Projektleitung  
Varinia Vilcan – Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
E-Mail: [info@interval-berlin.de](mailto:info@interval-berlin.de)  
Brunnenstraße 181  
10119 Berlin