



friedrich.®  
hospitality.  
foundation

# JAHRESBERICHT

2020

ZUKUNFT DEFINIERT DURCH GASTLICHKEIT

*“Jeder Mensch verdient eine Perspektive im Leben.  
Ein Motiv, um über sich hinauszuwachsen.”*



# INHALTSVERZEICHNIS

## JAHRESBERICHT 2020

01	Unser Jahr 2020	4
	Vorwort	4
	Wo wir helfen	4
	Zusammenfassung 2020	5
02	Dafür stehen wir	6
	Vision und Mission	6
	Werte und Prinzipien	6
	Transparenz und Sicherheit	8
	Organisation	10
	Projektpartner und Mitgliedschaften	11
03	Daran arbeiten wir	14
	Strategie und Förderansatz	14
	Länderschwerpunkte	14
	Personen	15
	Bildungseinrichtungen	23
	Forschung	13
	Infrastruktur	24
	Fundraising	27
04	Die FHF in Zahlen	29
05	Ausblick	31
06	Wir sagen Danke	31



# 01 UNSER JAHR 2020

## VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

während ich diese Worte schreibe, wird die Welt immer noch von einer Pandemie heimgesucht, die arme Gemeinden am härtesten getroffen hat. Grenzen wurden zeitweise geschlossen.

Das öffentliche Leben steht still. Der Tourismus ist nahezu zum Erliegen gekommen. Hoteliers, Gastronomen und viele weitere Akteure der Branche kämpfen um ihre Existenz und entwickeln innovative Geschäftsideen, um ihre Betriebe am Laufen zu halten.

Ein Zustand, der vergehen wird. Wir sind der festen Überzeugung, dass der Tourismus sich wiederbeleben wird. Die Prioritäten und Erwartungen von Reisenden werden sich in Zukunft zwar nachhaltig verändern, doch sehnt sich die Gesellschaft weiterhin nach kulturellem Austausch.

Mehr denn je kommt es auf eine gute fachliche Ausbildung an, um den gewachsenen Ansprüchen gerecht zu werden. Wir bleiben unserem Ziel verpflichtet, jungen Menschen diese Ausbildung zu ermöglichen und ihnen eine Berufsperspektive im Gastgewerbe zu bieten.

Darum entwickeln wir unseren Programmansatz weiter und suchen neue Technologien, innovative Finanzierungen und Partnerschaften, um die Wirkung zu erhöhen.

Dank Ihrer Spenden ist unser Expertenteam dazu im Stande, unsere transformative Arbeit trotz herausfordernder Umstände voranzutreiben.

Dafür danken wir Ihnen von Herzen.

*Michael  
Friedrich*

Ihr Michael Friedrich



**Michael Friedrich**

ist Hotelier, Gründer und Geschäftsführer der Friedrich Hospitality Foundation, einer gemeinnützigen Organisation, die sich für die Verbesserung der Bildung im Gastgewerbe einsetzt.



## WO WIR HELFEN

- 1 Ravensburg, Deutschland
- 2 Praia, Kap Verde
- 3 Moshi, Tansania
- 4 Vilankulo, Mosambik

## ZUSAMMENFASSUNG 2020

Das Jahr 2020 war aufgrund der Coronavirus-Pandemie für die gesamte Welt von neuen Herausforderungen geprägt. Auch wir haben uns angepasst und umorganisiert. Reisen zu unseren Projektstandorten wurden für 2020 pausiert, dafür fanden häufiger Videotelefonate statt. Wir sind erfinderisch geworden und haben neue Wege beim Fundraising eingeschlagen. Auch der Bedarf an Unterstützung hat sich verändert, sodass wir beispielsweise zwar keine neuen Stipendiaten in Kap Verde aufgenommen, dafür aber ein landwirtschaftliches Projekt in Mosambik gestartet haben, um Engpässe durch teurere und verspätete Importe abzufedern.



### Vilankulo, Mosambik

Die Pandemie hat den Tourismus in Mosambik stark ausgebremst. Nahrungsmittelimporte verzögern sich und sind noch teurer geworden. Um Bauern und gastronomischen Betrieben in Vilankulo zu mehr Selbstständigkeit zu verhelfen, haben wir mit der Deutsch-Mosambikanischen Gesellschaft (DMG) ein Projekt begonnen, das lokale Landwirte im effizienten Lebensmittelanbau schult.

*Mehr auf Seite 24 – 26*



### Moshi, Tansania

Mädchen in Tansania werden nach wie vor häufig benachteiligt. Um mehr Gleichberechtigung zu schaffen, unterstützen wir die Hotelfachschule für Mädchen der More Than A Drop Foundation (MTDAF) in Moshi. Die Mädchen erhalten eine Berufsausbildung und dadurch die Möglichkeit, selbst für ihren Lebensunterhalt aufzukommen.

*Mehr auf Seite 21 – 22*



### Digitales Fundraising mit Google Ad Grants und der FHF Donation App

Besonders beim Fundraising haben wir neue Wege eingeschlagen und nach digitalen Wegen gesucht, um unsere Spender:innen zu erreichen. So sind wir für die Google Ad Grants qualifiziert und können ohne Kosten Suchmaschinenwerbung betreiben, um Aufmerksamkeit für unsere Themen zu schaffen. Mit der neu entwickelten FHF Donation App haben wir zudem die klassische Spendenbox um eine kontaktlose Spendenmöglichkeit ergänzt.

*Mehr auf Seite 27*

# 02 DAFÜR STEHEN WIR

## VISION UND MISSION

Die FHF bringt **Bildung** dorthin, wo sich **junge Menschen** noch keine Bildung leisten können. Wir engagieren uns dafür, dass jeder eine fachliche Berufsausbildung erhält, weil wir wissen, dass Armut nur überwunden werden kann, wenn sich eine Person selbstständig versorgen kann.

Dabei fokussieren wir uns auf das **Gastgewerbe**, da Tourismus wertvolle Jobmöglichkeiten überall auf der Welt bereithält, für die wir die Menschen im Land qualifizieren möchten. Dadurch geben wir Chancen aus der Arbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit, mit der sich viele Jugendliche konfrontiert sehen.

Wir setzen uns für eine Welt ein, in der Tourismus allen etwas bringt – für eine **Zukunft definiert durch Gastlichkeit**.

## WERTE UND PRINZIPIEN

Die FHF identifiziert sich mit den **Werten der Gastlichkeit** und hält sich an **humanitäre Grundsätze**. Daraus haben wir Leitsätze definiert, die uns in unserer täglichen Arbeit begleiten und uns dabei helfen, ethisch einwandfreie Entscheidungen zu treffen. Sie halten uns ständig vor Augen, dass unsere Hilfe sich ausschließlich an der Bedürftigkeit und dem humanitären Zweck misst.

Unser ganzes Handeln dient dem **Gemeinwohl** und ist an Gleichberechtigung und Fairness ausgerichtet. Die Würde des Einzelnen muss geachtet werden. Wir bleiben zu jeder Zeit unvoreingenommen und unabhängig. Auch respektieren wir die freie Meinung und Einstellung anderer sowie kulturelle Sitten, ungeachtet von religiösen, weltanschaulichen oder politischen Überzeugungen. Diskriminierung jeder Art wird von uns nicht geduldet.

Uns ist bewusst, dass wir eine **Verantwortung** gegenüber unseren Projektbeteiligten und Spendern tragen. Diese vertrauen auf unsere Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit. Darum geben wir ausschließlich Informationen weiter, die nach bestem Wissen und Gewissen der Wahrheit entsprechen. Die Darstellung und Kommunikation unseres Mitteleinsatzes erfolgen transparent und nachvollziehbar.

Wir planen und handeln vorausschauend in Bezug auf Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung. Dies beinhaltet unseren Ansatz, Projekte mit lokalen Kräften aufzubauen.



*“Vertrauen ist etwas, das man sich verdient – ganz einfach, indem man hält, was man verspricht.”*



# TRANSPARENZ UND SICHERHEIT

## Interne Prüfung

Wir tragen nicht nur gegenüber unseren Projektpartnern eine Verantwortung, sondern auch gegenüber unseren Spendern. Daher legen wir größten Wert darauf, den Verlauf aller Mittel, die uns anvertraut werden, genauestens zu verfolgen und den Einsatz zu überprüfen.

Dafür haben wir verschiedene interne Mechanismen eingeführt, die uns auch im laufenden Projekt dabei helfen, einen genauen **Kostenüberblick** zu behalten.


Sämtliche Kontoein- und ausgänge werden zudem von unserem Kassenprüfer kontrolliert und von unserer Geschäftsleitung einzeln freigegeben.

Alle Projekte durchlaufen einen vorgeschriebenen **Projektzyklus** :

- 





1. **Kontaktaufnahme** mit Projektpartnern vor Ort  
Wir halten nichts von anonymer Hilfe, sondern lernen alle Begünstigten persönlich kennen. Darum ist uns viel daran gelegen, dass wir mit dem Projektpartner vor Ort einen direkten Kontakt pflegen. Dies gilt sowohl für beteiligte gemeinnützige Organisationen im Land als auch die geförderten Personen oder Institutionen.
- 

2. Beschreibung der **Situation** durch den Projektpartner  
Niemand kennt die Lage so gut und genau wie die Menschen, die vor Ort leben. Daher lassen wir uns von unseren Projektpartnern eine Ausgangsbeschreibung geben sowie eine Problemanalyse, um daraufhin eine passende Lösung zu finden.
- 

3. Ergänzende Interviews, Fragebögen oder weitere **Analysen**  
Sollten im vorangegangenen Bericht noch Informationen fehlen, holen wir weitere Meinungen, Statistiken oder andere Daten ein und fragen gezielt nach. Dadurch verschaffen wir uns ein umfassendes Bild von der Situation.
- 

4. **Evaluation** auf Kompatibilität mit unserem Stiftungszweck und Machbarkeit  
Liegen alle notwendigen Informationen vor, evaluieren wir diese. Dabei steht die Frage stets im Vordergrund, ob das Projekt und die Begünstigten unsere Werte und Ziele teilen. Die Problemdarstellung muss zu unserem Stiftungszweck passen und die Problemlösung muss sowohl finanziell als auch organisatorisch machbar sein.



-  5. Abschluss eines **Letter of Intent** oder Vertrags  
Wenn wir uns für ein Projekt entschieden haben, legen wir mit unserem Projektpartner in einem gemeinsamen Letter of Intent oder Vertrag fest, welchen Mitteleinsatz wir unterstützen, welche Richtlinien einzuhalten sind und wie die Einhaltung zu kontrollieren ist.
-  6. Regelmäßige **Projektberichte** durch den Projektpartner  
Teil dieses Letter of Intents oder Vertrags ist auch das regelmäßige Reporting über den Projektverlauf. Die Frequenz der Projektberichte hängt vom jeweiligen Projekt ab.
-  7. Regelmäßige **Besuche der FHF** vor Ort  
Neben des Reportings reisen wir selbst vor Ort, um uns ein eigenes Bild vom Projektfortschritt machen zu können sowie die Qualität der Arbeit und den persönlichen Kontakt aufrechtzuerhalten. Dies gibt uns zudem die Möglichkeit, unser Netzwerk vor Ort auszubauen und zu stärken und somit wichtige weitere Einflussgrößen an Bord zu holen.
-  8. Einfache Möglichkeit zum Beschwerdeverfahren über **digitalen Support**  
Sollten Zweifel an unserer Arbeit bestehen oder ein Fehler unterlaufen, darf das Beschwerdeverfahren nicht kompliziert sein. Es ist uns daran gelegen, so schnell und direkt wie möglich, Feedback zu erhalten. Daher haben wir einen zusätzlichen digitalen Support eingeführt, über das auch anonym Tipps und Hinweise gegeben werden können.

## Externe Prüfung

Unser Jahresbericht beinhaltet sowohl einen Tätigkeitsbericht als auch einen Finanzbericht und beschreibt unsere Arbeitsweise. Dies wird insgesamt sowohl von unserem Kassenprüfer als auch von einem externen Steuerbüro geprüft. Den Jahresbericht veröffentlichen für jeden einsehbar auf unserer Webseite [www.fhf.world](http://www.fhf.world).

Als gGmbH wurden wir von einem Wirtschaftsprüfer auf unsere Gemeinnützigkeit **geprüft**, die vom Finanzamt bestätigt wurde.

Mit Vollendung des dritten Geschäftsjahrs erfüllen wir nun zudem alle Anforderungen, um uns auf externe Siegel und Transparenzauszeichnungen zu bewerben.

2021 werden wir daher das DZI-Spendensiegel beantragen sowie der Initiative für Transparente Zivilgesellschaft und dem Bundesverband Deutscher Stiftung beitreten.

Wir verpflichten uns in unserer Organisationsführung und entwicklungsbezogenen Öffentlichkeitsarbeit zudem den **Standards und Kodizes** des Verbands Entwicklungspolitik und humanitäre Hilfe (VENRO) sowie den **Transparenzstandards** von Caritas und Diakonie.

## ORGANISATION

Die Friedrich Hospitality Foundation GmbH, ist eine **gemeinnützige GmbH** mit Sitz in Stuttgart, Deutschland. Sie ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart (HRB 765246). Mit dem Feststellungsbescheid vom 21.06.2018 wurde die FHF als gemeinnützige Organisation durch das Finanzamt Stuttgart anerkannt.

Die Organisation agiert **unabhängig** von Kirchen und Parteien und ist alleiniger Anteilseigner der Friedrich Hospitality GmbH.

Die Geschäftsleitung sowie die administrativen Mitarbeiter sind **ehrenamtlich** tätig. Weiterhin beschäftigt die Friedrich Hospitality Foundation einen Projektmanager auf Honorarbasis, der die Projekte vor Ort in den Projektländern begleitet und im ständigen Kontakt mit den lokalen Projektpartnern steht.

Die ehrenamtlichen Mitarbeiter sind hauptberuflich im Gastgewerbe tätig. Sie verstehen aufgrund dessen die branchenspezifischen Zusammenhänge und können fachliches Wissen miteinbringen.



MICHAEL FRIEDRICH

alleiniger Geschäftsführer  
und Gründer



STEPHAN KIENLE

Mitglied der  
Geschäftsleitung



MARTIN PLEISS

Mitglied der  
Geschäftsleitung



CHARLINE MENDONCA

Head of  
Social Engagement



HANNAH GRÜTER

Head of  
Social Engagement



CAROLINE NGUYEN

Head of  
Public Relations



CLAUDIA MATTLE

Assistenz des  
Geschäftsführers



DAVID CASPAR

Webdesign &  
Webentwicklung

## PROJEKTPARTNER UND MITGLIEDSCHAFTEN

**Partnerschaften** sind der Schlüssel, um den Umfang und die Wirkung erreichen zu können, auf die wir abzielen. Beim Schluss der Partnerschaften achten wir strikt darauf, dass die andere Organisation unsere Werte und Grundsätze teilt.

### Aktuelle Projektpartner und Mitgliedschaften:



#### Bundesverband Deutscher Stiftungen

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen ist das führende Kompetenzzentrum für Stiftungen und einflussreiches Sprachrohr gegenüber Politik und Öffentlichkeit, dem wir uns angeschlossen haben. Das Netzwerk bietet neben wertvollen Kontakten auch Einblicke und Expertisen über regelmäßige Publikationen und Veranstaltungen.



#### 1000 Schulen für unsere Welt

Wir sind Mitglied der „1000 Schulen für unsere Welt“. Mit der Gemeinschaftsinitiative „1000 Schulen für unsere Welt“ setzen sich die kommunalen Spitzenverbände, Deutscher Städtetag (DST), Deutscher Landkreistag (DLT) und Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB) dafür ein, dass Kommunen Spendengelder sammeln und diese weltweit wirkungsorientiert in die Schlüsselressource Bildung einsetzen.



#### Deutsch-Mosambikanische Gesellschaft e.V.

Wir sind Vereinsmitglied der Deutsch-Mosambikanischen Gesellschaft e.V. (DMG). Die DMG hat es sich zur vorrangigen Aufgabe gemacht, junge Menschen, vor allem arbeitslose Jugendliche ohne ausreichende schulische Kenntnisse, und Kinder aus ärmsten Verhältnissen, die von ihren Eltern im Stich gelassen wurden, bei der Aus- und Weiterbildung zu unterstützen. Ab 2021 wird Michael Friedrich als Mitglied des Kuratoriums die Zusammenarbeit mit der DMG noch weiter intensivieren.



#### Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde (EHTCV)

Die EHTCV ist die einzige Hotelfachschule auf Kap Verde mit Sitz in Praia, Santiago, und einem kleinen Ableger in Santa Maria, Sal. Sie wurde ins Leben gerufen, um Einheimischen die Chance zu geben, sich im Tourismus, dem wichtigsten Wirtschaftszweig der Inseln, fachlich weiterzubilden, um qualifizierte Jobs zu erhalten oder sich sogar selbstständig machen zu können.



### More than a Drop Foundation (MTADF)

Die More Than A Drop ist eine Schweizer Stiftung, die lebensverändernde Hilfe durch Bildung, insbesondere Berufsausbildung, für die am meisten gefährdeten Jugendlichen leistet. Die MTADF nutzt neuartige pädagogische, technologische und andere Ansätze, um höchste Nachhaltigkeit und Wirkung zu erzielen, um die am meisten benachteiligten Menschen zu stärken.



### Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) ist die erste und einzige staatliche duale, das heißt praxisintegrierende Hochschule in Deutschland. An ihren neun Standorten und drei Campus bietet die DHBW in Kooperation mit über 9.000 ausgewählten Unternehmen und sozialen Einrichtungen eine Vielzahl von national und international akkreditierten Studiengängen. Unsere Kooperation besteht mit dem Studiengang „BWL – Tourismus, Hotellerie, Gastronomie“ in Ravensburg.



### Fundação para o Desenvolvimento da Comunidade (FDC)

Der FDC ist eine private, gemeinnützige Organisation in Mosambik, die daran arbeitet, die Bemühungen aller Gesellschaftsbereiche mit dem Ziel der Förderung von Entwicklung, Demokratie und sozialer Gerechtigkeit zu vereinen. Die FDC hat ein breites Spektrum an Maßnahmen in den Schwerpunktbereichen Bildung, Gesundheit, Ernährungssicherheit und Einkommensschaffung, Wasser- und Sanitärversorgung sowie HIV/AIDS durchgeführt und unterstützt, mit besonderem Augenmerk auf die gefährdeten Gruppen wie Frauen und Kinder.



### Bitfactory

Die Bitfactory ist eine deutsche Agentur, die sich auf die digitale Transformation spezialisiert hat. Der gewerbliche Dienstleister hat für uns die FHF Donation-App als Alternative zur klassischen Spendenbox entwickelt, mit der das digitale Spenden kontaktlos, einfach und sicher möglich ist. Mit ihrer Teilspende hat die Bitfactory dazu beigetragen, dass wir diesen innovativen Spendenweg verfolgen können. Zudem unterstützt uns die Bitfactory bei der Verwaltung des Google Ad Grants auf Provisionsbasis, sodass Kosten lediglich anfallen, wenn Spenden über Google Ad Grants generiert werden.



### Accor

Accor zählt zu den weltweit führenden Hotelunternehmen mit über 5.100 Hotels in 110 Ländern. Der Konzern engagiert sich auf unterschiedliche Weise sozial, um sicherzustellen, dass Gastfreundschaft nicht nur einigen wenigen, sondern allen zugutekommt. So hat Accor auch uns eine Plattform auf Branchenveranstaltungen gegeben, um unsere gemeinnützige Organisation vorzustellen und in diesem Rahmen zu einer Spendenaktion aufgerufen.



## Geplante Mitgliedschaften für 2021

Als junge gemeinnützige Organisation war es uns zu Beginn nicht möglich, alle **Mitgliedschaften** zu beantragen, da der Abschluss von mehreren Geschäftsjahren vorausgesetzt wird. 2021 stellen wir daher mehrere Anträge, um unser Netzwerk weiter auszubauen und unsere Transparenz weiter zu erhöhen.

### DZI Spenden-Siegel

Wir werden das DZI Spenden-Siegel beantragen und uns damit freiwillig den DZI-Standards verpflichten, um zu belegen, dass wir mit Spenden sorgfältig und verantwortungsvoll umgehen.

### Initiative Transparente Zivilgesellschaft

Wir werden den Rahmen der Initiative Transparente Zivilgesellschaft unterzeichnen und damit Informationen anbieten, die über die gesetzlichen Veröffentlichungspflichten für zivilgesellschaftliche Organisationen in Deutschland hinausgehen.

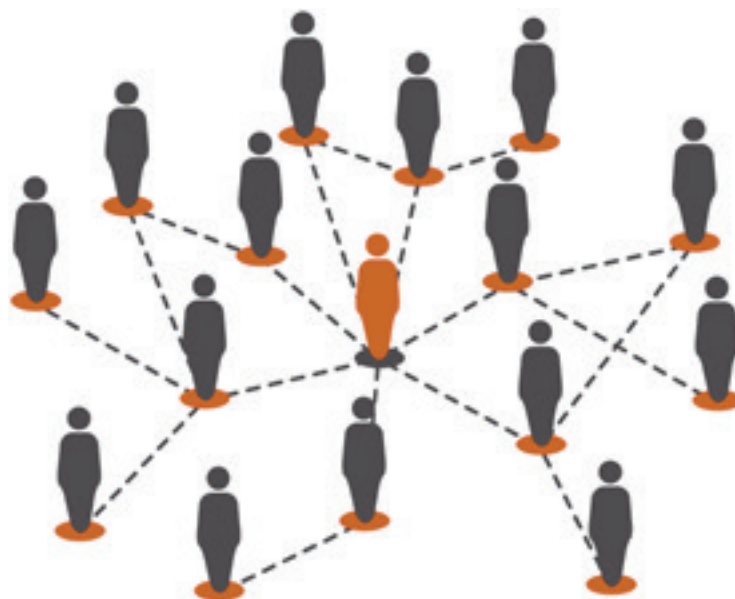
## Ausblick in die Zukunft

### VENRO

Die Mitgliedschaft bei VENRO ist mit Kosten verbunden, die wir den nachfolgenden Geschäftsjahren einplanen. VENRO ist der Bundesverband entwicklungspolitischer und humanitärer Nichtregierungsorganisationen (NRO). VENRO vertritt die Interessen von rund 140 Mitgliedsorganisationen gegenüber der Politik und setzt sich für die gerechte Gestaltung der Globalisierung, insbesondere die Überwindung der weltweiten Armut, ein.

### UNWTO

Auch die Kosten für die Mitgliedschaft bei der World Tourism Organization (UNWTO) planen wir in kommenden Geschäftsjahren ein. Die UNWTO stellt sich den drängendsten Herausforderungen, denen sich der Tourismus gegenüber sieht, und identifiziert die Fähigkeit der Branche, diese zu überwinden und einen breiteren positiven Wandel voranzutreiben.



# 03 DARAN ARBEITEN WIR

## STRATEGIE UND FÖRDERANSATZ

**Nachhaltig** zu arbeiten hat für unsere Organisation oberste Bedeutung. Das bedeutet, dass wir vorhandene Ressourcen nutzen, um die Entwicklung der heutigen Generation zu fördern, ohne die Möglichkeiten künftigen Generationen einzuschränken. Daher haben wir uns den Zielen der **Agenda 2030** für nachhaltige Entwicklung, wie sie von der UNO definiert wurden, angeschlossen.

The infographic displays seven Sustainable Development Goals (SDGs) from the UN Agenda 2030, each with a colored square icon and a German label below it:

- Ziel 1** Keine Armut (No Poverty): Red square with a family icon.
- Ziel 4** Hochwertige Bildung weltweit (Quality Education): Red square with an open book and pencil icon.
- Ziel 5** Gleichstellung von Frauen und Männern (Gender Equality): Red square with a female symbol and equals sign icon.
- Ziel 6** Sauberes Wasser und Sanitär-einrichtungen (Clean Water and Sanitation): Blue square with a water tap icon.
- Ziel 8** Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (Decent Work and Economic Growth): Dark red square with a bar chart and upward arrow icon.
- Ziel 10** Weniger Ungleichheiten (Reduced Inequalities): Pink square with a double-headed arrow icon.
- Ziel 17** Partnerschaften zu Erreichung der Ziele (Partnerships for the Goals): Dark blue square with a circular interlocking rings icon.

\*The content of this publication has not been approved by the United Nations and does not reflect the views of the United Nations or its officials or Member States\*  
[www.un.org/sustainabledevelopment](http://www.un.org/sustainabledevelopment)

Der FHF konzentriert sich dabei auf vier Arbeitsbereiche:

- Personen
- Bildungseinrichtungen
- Forschung
- Infrastruktur

### Länderschwerpunkte

Die Friedrich Hospitality Foundation GmbH fördert schwerpunktmäßige ausgewählte Projekte in **Ländern des globalen Südens**. Wir konzentrieren uns auf die Länder, in denen der Tourismus eine wichtige wirtschaftliche Rolle spielt und es gleichzeitig jedoch an Ausbildungsmöglichkeiten mangelt. Unser Ziel ist es, die Jugendarbeitslosigkeit in diesen Regionen durch bessere Ausbildungschancen zu reduzieren, und zeitgleich die Wirtschaft anzukurbeln.

Weiteres wichtiges Kriterium für die Länderauswahl ist die Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit einem vertrauenswürdigen, lokalen Partner, um den Impact mit der Zielgruppe zu maximieren.



## PERSONEN

### Berufsausbildung gegen Armut

Bildung ist die Voraussetzung für Weiterentwicklung. Dies gilt sowohl für eine einzelne Person als auch für ein ganzes Land, sei es Deutschland, ein Schwellen- oder ein Entwicklungsland. Die **berufliche Weiterbildung** hängt stark von der sozialen und finanziellen Situation ab.

Insbesondere in Ländern des globalen Südens stehen Ausbildungskosten in keinem Verhältnis zu den vorhandenen Mitteln von Familien. Es ist keine Seltenheit, dass Kinder zum Lebensunterhalt der Familien beitragen müssen. Wir helfen **Jugendlichen** deren Familien sich keine Ausbildung leisten können, dabei einen Abschluss zu machen, der sie langfristig für bessere Jobs qualifiziert und die Chance auf ein existenzsicherndes Einkommen erhöht.

#### Dafür setzen wir uns ein

- Ausbildung und Studium in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Touristik
- Integration durch Patenschaften
- Sprachschulungen
- Erwerb von Zusatzqualifikationen in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Touristik
- Praktika im Gastgewerbe im In- und Ausland

#### Das tun wir dafür

- Vergabe von Stipendien
- Organisation und Kostenübernahme für Studienreisen, Praktika oder Austauschprogramme
- Übernahme von Ausgaben durch die Ausbildung gefährdende Begleitumstände
- Vermittlung von Kontakten





## PROJEKT: PRAIA, KAP VERDE

Seit unserer Gründung 2018 vergeben wir **Stipendien** an Schüler im Studienbereich Hotelmanagement der Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde (EHTCV), der einzigen Hotelfachschule auf Kap Verde mit Sitz in Praia, Santiago, und einem kleinen Ableger in Santa Maria, Sal.

### Ausgangssituation

Kap Verde ist ein afrikanischer Inselstaat, bestehend aus den kapverdischen Inseln mit neun bewohnten Inseln. Kap Verde zählt zu den stabilsten Ländern Afrikas. Einen großen Beitrag zur Fortschrittlichkeit des Landes leistet die Tourismusindustrie als größter Wirtschaftssektor des Landes.

Große Luxus-Hotelketten haben sich auf der Insel Sal, Insel Boa Vista und in der Hauptstadt Praia auf der Insel Santiago niedergelassen und breiten sich auf weitere Inseln aus. Das bringt viele Arbeitsplätze mit sich, gleichzeitig auch besser Zukunftsaussichten für die Jugend. Die Mehrheit der Bevölkerung ist in der Tourismusbranche tätig.

2011 wurde die einzige Hotelfachschule des Landes, die EHTCV, gegründet. Die Hotelfachschule bietet sechs Ausbildungsberufe im Bereich Hotellerie, Gastronomie und Tourismus an, u.a. Hotelmanagement, Restaurant & Service, Köche und Reiseführer. Seit März 2015 hat die Berufsschule ein eigenes Wohnheim auf dem Campus. Hauptsächlich soll das Wohnheim die Unterbringung von Auszubildenden gewährleisten, die von anderen Inseln und anderen Gemeinden Santiagos kommen. Die Kosten für die Ausbildung betragen 11.500 Escudos (CVE) pro Monat, was ungefähr 130 € entsprechen. Hier ist die Verpflegung in der Schule beinhaltet.

### Problemdarstellung

Junge Kapverdier haben trotz des Tourismusbooms im Land wenig Chancen beruflich aufzusteigen oder den Weg in die Selbständigkeit zu wagen. Grund dafür sind hohe Kosten für die Berufsausbildung. Die monatliche Studiengebühr ist für viele Familien unerschwinglich. Selbst der Flug von einer anderen Insel nach Santiago oder Sal ist für einige Familien bereits eine unüberwindbare Hürde, sodass es für sie nicht in Frage kommt, ihre Kinder aus anderen Inseln in die Berufsschule zu schicken. Die meisten Jugendlichen verfügen damit über keine professionelle Ausbildung und arbeiten ohne entsprechende Qualifizierung in den Hotels. Höhere Posten werden darum in der Mehrheit der Fälle mit qualifizierten ausländischen Arbeitskräften besetzt.

### Ursachen

Die Kosten für die Ausbildung sind für viele Familien unbezahlbar. Die Nachfrage nach Mitarbeitern ist sehr hoch, daher stellen die Hotels in der Hochsaison auch Mitarbeiter ohne eine Berufsausbildung mit befristeten Verträgen ein. Somit verdienen die Jugendlichen zwar über einen begrenzten Zeitraum ein geringes Gehalt, bleiben jedoch auf einer niedrigen Position stecken und können sich nicht weiterentwickeln. Zudem sehen viele aufgrund der Mitarbeiternachfrage keinen Grund dafür, eine Ausbildung zu belegen, die sie noch dazu bezahlen müssen.



## Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind junge Menschen aus finanzschwachen Familien, die einen regulären Schulabschluss haben und eine Ausbildung im Hotel- und Tourismusgewerbe anstreben.

## Direktes Ziel

Zugang zu Ausbildungsmöglichkeiten

## Indirektes Ziel

Die Anzahl junger, nativer Fachkräfte in der Hotel- und Tourismusbranche erhöhen, Chancen auf bessere Positionen im Arbeitsmarkt steigern

## Impact (Gesellschaft)

Die Qualität des touristischen Angebots steigt, damit wird das Reisen nach Kap Verde attraktiver. Zudem profitieren die Inselbewohner von den Touristen, da lukrative Jobs nicht mehr nur an Ausländer vergeben werden.

## Impact (Zielgruppe)

Die Absolventen haben nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung, Möglichkeiten höhere Positionen in den Hotels zu besetzen und können eine finanzielle Unabhängigkeit erreichen.

### Projektpartner:

Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde (EHTCV)

### Projektzeitraum:

August 2019 – August 2021

### Projektdauer:

24 Monate

### Anzahl der Projektteilnehmer:

5 Studenten

### Projektkosten 2019:

1.564,40 €

### Projektkosten 2020:

1.601,90 €





## PROJEKT: RAVENSBURG, DEUTSCHLAND

Seit 2019 loben wir ein Preisgeld für **die drei besten Bachelor-Arbeiten** im Bereich Hotellerie und Tourismus der DHBW Ravensburg aus und stellen die Trophäe dafür.

### Ausgangssituation

Die wissenschaftliche Leistung der Absolvent\*innen des Studiengangs „BWL – Hotellerie, Gastronomie, Tourismus“ sichtbar zu machen und die aktuell Studierenden zu motivieren sind die Ziele des FHF Bachelor Awards. Eine Fachjury aus Lehrkräften der DHBW Ravensburg bewertet alle Bachelor-Arbeiten eines Abschlussjahrgangs nach verschiedenen Kriterien. Hier geht es nicht allein um die Abschlussnote. Betrachtet werden die theoretische und empirische Arbeit sowie die aktuelle Relevanz des Themas für die Praxis.

### Problemdarstellung

Das Gastgewerbe in Deutschland leidet unter dem Ruf, eine schlechtbezahlte Branche mit harten Arbeitszeiten zu sein. Bei der Entscheidung für einen Studiengang ziehen viele daher Hotellerie, Gastronomie und Tourismus nicht in Betracht. Dabei geht unter, wie abwechslungsreich und chancenreich die Branche ist. Das Resultat ist ein eklatanter Fachkräftemangel in Deutschland.

### Ursachen

Inzwischen gibt es viele Berufsalternativen sowie Ausbildungsmöglichkeiten in Deutschland. Junge Menschen heutzutage legen besonderen Wert auf einen Einstieg mit möglichst hohem Gehalt und eine planbare Work-Life-Balance.

Das Gastgewerbe beinhaltet auch Arbeitszeiten an Wochenenden und Feiertagen sowie abends, was viele potenzielle Bewerber bereits abschreckt, ohne dass sie sich mit der Branche genauer beschäftigen.

## Zielgruppe

Potenzielle und aktuelle Studierende sowie Absolventen im Gastgewerbe

## Direktes Ziel

Anerkennung von wissenschaftlichen Leistungen, Motivation von Studierenden

## Indirektes Ziel

Imageverbesserung der Branche, FHF Bekanntheit steigern, Fachkräftemangel entgegenwirken

## Impact (Gesellschaft)

Das Gastgewerbe erhält mehr Aufmerksamkeit und es wird ein Bewusstsein für die vielen Vorteile des Berufsfelds geschaffen.

## Impact (Zielgruppe)

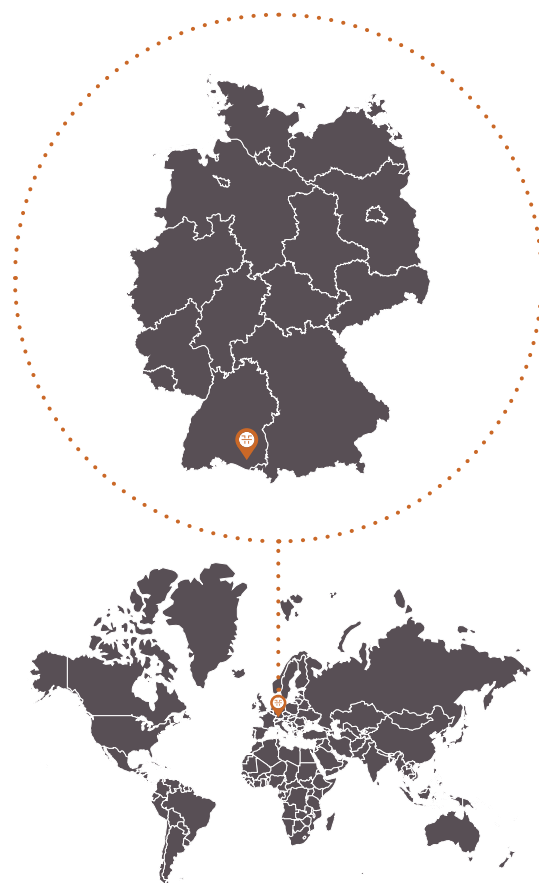
Studierende werden für ihre Entscheidung und ihre Leistung entlohnt, um das Gastgewerbe auch nach Abschluss attraktiv zu halten und motivieren damit auch andere.

Projektpartner:  
Duale Hochschule  
Baden-Württemberg Ravensburg

Projektzeitraum:  
Januar 2020

Anzahl der Projektteilnehmer:  
3 Bachelor-Absolventen

Projektkosten 2020:  
1.575,31 €





## BILDUNGSEINRICHTUNGEN

### Train the Trainer

Die Qualität und Aktualität des **Lehrangebots** bestimmt, wie gut die Schüler am Ende auf den Job vorbereitet sind. Die wichtigste Rolle bei der spielen dabei die **Lehrer** bei der Ausbildung der nächsten Generation. Ein weiterer Grundpfeiler unserer Arbeit ist es, den Schulen und Lehrern die Ressourcen und die Unterstützung zu bieten, um im Unterricht effektiver zu werden und eine passende Lernatmosphäre zu schaffen. Mit einer Kombination aus Workshops für Lehrer, der Bereitstellung von Lehrmaterial sowie dem Aufbau eines Kontaktnetzwerks zum Wissensaustausch verbessern wir die Unterrichtsumgebung für alle Beteiligten.

#### Dafür setzen wir uns ein

- Universitäten und Fachhochschulen
- Hotelfachschulen
- Lehrstühle
- Lehrkräfte

#### Das tun wir dafür

- Beratung und finanzielle Unterstützung von bestehenden Bildungseinrichtungen
- Beschaffung oder Ergänzung von Schulmaterial
- Organisation und Kostenübernahme für Lehrerfortbildungen
- Wissensaustausch durch Kontaktnetzwerk







## PROJEKT: MOSHI, TANSANIA

Seit 2020 unterstützen wir die More Than A Drop Foundation (MTDAF) in Moshi, Tansania, finanziell beim Betrieb der dortigen **Hotelfachschule für Mädchen**.

### Ausgangssituation

In Tansania schließen mehr als 80 % der Mädchen die Grundschule nicht ab. Auch der Zugang zu einer Berufsausbildung ist für Jugendliche der sozialniedrigsten Schichten unmöglich.

Als Folge der herrschenden Ungleichheiten und Diskriminierung haben Mädchen keine Aussichten eine geregelte Arbeit zu finden und ein wirtschaftlich selbständiges Leben zu führen. In Ermangelung von Berufs- und Zukunftsperspektiven werden jungen Frauen im Alter von 15 Jahren häufig zwangsverheiratet.

### Projektbeschreibung

Im Jahr 2015 hat in der Region Moshi eine Hotelfachsschule für Mädchen aufgemacht. Betrieben wird sie von unserem regionalen Partner, der More Than A Drop Foundation. Die Schule arbeitet daran, das Berufsbildungsangebot in der Region Moshi wesentlich zu erweitern und zu verbessern. Die Ausbildungsstätte verfügt über ein eigenes Hotel und ein kleines Restaurant.

Im Zentrum der Ausbildung steht die Persönlichkeitsbildung. Das Berufszentrum bietet Workshops zu Steigerung der Lernfähigkeiten sowie den Aufbau des Selbstwertgefühls der Teilnehmerinnen.

Das Fördergeld der Friedrich Hospitality Foundation fließt in die Anschaffung von Lehrmaterial, Verpflegung der Schülerinnen, Anschaffung von Schuluniformen ebenso wie in die Verwaltungskosten.

### Problemdarstellung

40% der 15-jährigen Mädchen ohne Grundschulabschluss werden zwangsverheiratet und bekommen Kinder. Sie haben keine Möglichkeit ein starkes Selbstbewusstsein zu entwickeln.

Infolgedessen leiden die meisten Schülerinnen unter:

- Mangelnden Lernfähigkeiten
- Langsames Lernen
- Stark eingeschränktes selbstständiges Lernen
- Unausgeprägtes Langzeitgedächtnis

Unter diesen Voraussetzungen haben die Mädchen kaum eine Chance, der Armut zu entkommen.

## Wirkung

Bis zu 40 Schülerinnen bekommen pro Schuljahr die Möglichkeit, eine 15-monatige Berufsausbildung zu absolvieren. Für das Schuljahr 2019/2020, das am 06.07.2019 begonnen hat und am 30.09.2020 zu Ende ging, wurden 34 Schülerinnen angenommen. Davon haben 25 Schülerinnen in die nationalen Prüfung 2020 geschafft, was ihnen den Weg in die Arbeitswelt ebnet. Die Mädchen sind insgesamt zudem selbstbewusster geworden. Eine ähnliche Wirkung wird für das Schuljahr 2020/2021, in das das Fördergeld der FHF fließt, prognostiziert.

## Zielgruppe

Motivierte junge Mädchen aus Slums und ländlichen Gebieten der Region Moshi

## Direktes Ziel

Empowerment und Eingliederung von jungen, mittellosen Frauen mit dem Ziel, von der Armut zur wirtschaftlichen und sozialen Unabhängigkeit zu kommen

## Indirektes Ziel

Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern schaffen

## Impact (Gesellschaft)

Frauen erhalten einen höheren Stellenwert in der Gesellschaft. Es trägt zur Aufklärung bei, dass Frauen und Männer gleichberechtigt sein sollten.

## Impact (Zielgruppe)

Im ersten Schritt sind die Mädchen an der Schule eingeschrieben und entkommen so einer Zwangsheirat. Dies ist der erste Schritt zu mehr Selbstbewusstsein und Selbständigkeit. Später werden die Absolventinnen dafür qualifiziert sein, selbst Jobs anzunehmen. Sie werden auf eigenen Beinen stehen können und sind nicht mehr abhängig von einem Ehemann.

### Projektpartner:

More Than A Drop Foundation

### Projektzeitraum:

August 2020 – November 2021

### Projektdauer:

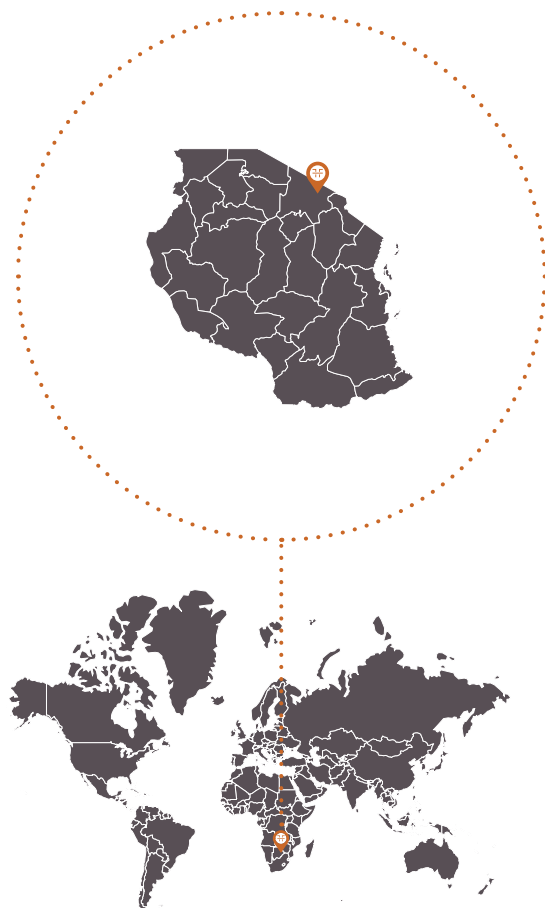
15 Monate

### Anzahl der Projektteilnehmer:

Gesamte Schule

### Projektkosten 2020:

6.000,00 €





## FORSCHUNG

### Vorausschauend lernen

Im nachhaltig zu lehren, ist es essentiell, offene Fragestellungen zu entdecken und zu untersuchen. Darum setzen wir nicht nur einen Förderschwerpunkt auf die Bildung, sondern auch auf die **Forschung**. Das ermöglicht ein frühzeitiges Erkennen von Branchenentwicklungen, Trends und Innovationen.

Neben einer theoriegeleiteten Forschung legen wir besonderen Wert darauf, die Ergebnisse in einen gesellschaftlichen Kontext zu setzen und praxisorientiert aufzubereiten. So können wir das **Wissen** auch auf andere Förderbereiche transferieren.

#### Dafür setzen wir uns ein

- Universitäten / Fachhochschulen
- Hotelfachschulen
- Lehrstühle
- Forschungsinstitute
- Wissenschaftliche Kongresse, Tagungen und Symposien

#### Das tun wir dafür

- Errichtung oder Mitfinanzierung von Lehrstühlen
- Vergabe von Forschungsaufträgen
- Förderung von und Mitwirkung an wissenschaftlichen Veranstaltungen

#### Projekt 2021: Ravensburg, Deutschland

2021 wird Michael Friedrich Seminare an der DHBW Ravensburg zum Thema „Motivation durch Erwartungsmanagement in Zeiten der Pandemie“ leiten, in denen er darauf eingeht, wie ein Hotelunternehmen mit einer beispiellosen Ausnahmesituation umgehen kann und was für die noch kommenden Monate zu erwarten ist. Dabei geht er auf sich abzeichnende Branchenentwicklungen ein.





## INFRASTRUKTUR

### Sicherer und gesunder Ort zum Lernen

Der Besuch einer berufsbildenden Schule ist für viele junge Menschen keine Selbstverständlichkeit. Besonders in Entwicklungsländern scheitert es oft daran, dass Schulen überfüllt oder zu weit weg und damit nicht erreichbar sind. Eine gute Berufsausbildung ist jedoch das Fundament für ein besseres Leben. Durch den **Bau** von Hotelfachschulen wollen wir die Grundlagen für ein langfristiges Lehrangebot schaffen. Mit steigender Anzahl Schulen erhöhen sich die Chancen auf einen Bildungsplatz. Die Förderung solcher Bauprojekte geht dabei über die reine finanzielle Unterstützung hinaus. **Experten** auf den jeweiligen Gebieten und Bau-phasen stehen während des gesamten Projekts mit Rat und Tat zur Seite.

Eine Bildungs- und Forschungsförderung durch die Friedrich Hospitality Foundation kann sich an den Bau anschließen. Auch nach Inbetriebnahme wird daher die Qualität des gebotenen Unterrichts und der zweckmäßige Einsatz der Mittel regelmäßig überprüft.

#### Dafür setzen wir uns ein

- Eigene Bauprojekte für Bildungseinrichtungen
- Externe Bauvorhaben für Bildungseinrichtungen
- Renovierung und Modernisierung bestehender Bildungseinrichtungen
- Um- und Ausbau bestehender Bildungseinrichtungen

#### Das tun wir dafür

- Planung, Organisation und Umsetzung von eigenen Bauprojekten
- Finanzielle Förderung externer Bauvorhaben
- Qualitätssicherung des Lehrangebots nach der Inbetriebnahme
- Unterstützung externer Partner bei der Planung von Neubauten







## PROJEKT: VILANKULO, MOSAMBIK

Wir unterstützen die DMG bei einem **landwirtschaftlichen** Projekt, das auch der Versorgung der Hotellerie und Gastronomie vor Ort zugutekommt, um weniger von Importen abhängig zu sein.

### Ausgangssituation

Obwohl 30 % der Bevölkerung in Mosambik als unterernährt gilt, wird nur ein Bruchteil des Ackerlandes genutzt. Landwirtschaft in Mosambik steckt noch in Kinderschuhen, die meisten Bauern betreiben Subsistenzlandwirtschaft.

Dazu kommt, dass das Land stark unter den Auswirkungen des Klimawandels leidet. Vor allem der Süden leidet immer wieder an langanhaltender Trockenheit. Die landwirtschaftliche Produktion wird dadurch auch in der Region Vilankulo stark beeinträchtigt.

Familien die Landwirtschaft betreiben können sich kaum selbst versorgen. Gastronomische Betriebe, wie Restaurants und Hotels in der Region müssen auf importierte Ware aus benachbarten Städten oder sogar aus dem Ausland zurückgreifen. Durch den Ausbruch der Coronavirus-Pandemie wurde es wichtiger denn je, dass sich die Menschen vor Ort selbst versorgen können, da auch der Import von Lebensmitteln beeinträchtigt wurde.

### Projektbeschreibung

Das Projekt entstand in einer gemeinsamen Initiative des Bürgermeisters von Vilankulo, William Tunzine, und des verstorbenen mosambikanischen Honorarkonsuls, Senator E.h. Siegfried Lingel. Ziel des Projekts war es den Anbau von Gemüse und Hülsenfrüchten in der Stadt Vilankulo zu verbessern, damit die Produktion dieser Produkte gesteigert werden und Überschuss verkauft werden kann. Dieses Projekt wird rund 500 Kleinbauern abdecken.

Die Stadtverwaltung von Vilankulo hat 15 Kleinbauern ausgewählt. Diese Kleinbauern bekommen seit dem 11. November 2020 eine Ausbildung im Bereich:

- Bau eines landwirtschaftlichen Gewächshauses zur Erzeugung von Sämlingen und Pflanzen;
- Feldbewässerungssystem;
- Verwendung von Samen und Saatgut;
- Techniken zur Feldbearbeitung mit handgefertigten Hacken;
- Ernte von Produkten

## Problemdarstellung

Um die landwirtschaftlichen Erträge zu steigern, fehlt es den Bauern an der notwendigen Infrastruktur, Wissen und Anpassungsfähigkeiten durch die Klimaveränderungen. Eine große Herausforderung ist die Wasserversorgung, die Region leidet immer wieder unter lange Trockenperioden. Insbesondere während der Pandemie, sind viele Jobs in der Tourismusbranche weggefallen und viele Bauernfamilien sind auf Hilfe angewiesen, um sich ernähren zu können

## Wirkung

Durch den Bau eines Gewächshauses und die Lehre über effizienten und nachhaltigen Anbau lernen die Bauern und Gastronomen, wie sich zum Teil selbst mit Lebensmitteln versorgen und auf teure Importe verzichten können.

## Zielgruppe

Lokale Kleinbauern

## Direktes Ziel

Weiterbildung der Kleinbauern, landwirtschaftliche Produktion steigern

## Indirektes Ziel

Armut bekämpfen, selbstständige Versorgung – auch von Hotellerie und Gastronomie – ermöglichen

Projektpartner:  
DMG

Projektzeitraum:  
Seit November 2020

Projektdauer:  
12 Monate

Projektkosten 2020:  
20.000,00 €



## FUNDRAISING

Als gemeinnützige Organisation ist die FHF auf Spenden angewiesen. Dabei setzen wir auf Aufklärungsarbeit und **innovative Spendenmöglichkeiten**.

### 1. Zimmerreinigung spenden

Eine tägliche Zimmerreinigung gehört zum Standard vieler Hotels. Verzichteten Gäste auf die tägliche Zimmerreinigung, spart das Reinigungsmittel, Wasser und Arbeitszeit. Mit der Spendenaktion „Zimmerreinigung spenden“ kann der Gast ohne Aufwand oder zusätzliche Kosten in teilnehmenden Hotels etwas Gutes tun. Um die Spendenaktion zu unterstützen, muss der Gast nichts weiter tun, als das im Zimmer befindliche Spendensäckchen außen an die Zimmertür zu hängen. Das signalisiert dem Team des Housekeeping, dass für diesen Tag keine Zimmerreinigung notwendig ist. Die dadurch eingesparten Ressourcen werden in Form einer Spende für die Projekte der gemeinnützigen Organisation Friedrich Hospitality Foundation eingesetzt.

### 2. Digitale und klassische Spendenboxen

Neben der klassischen Spendenbox für Bargeldspenden bieten wir die kontaktlose Spende über unsere FHF Donation App, die in Zusammenarbeit mit der Agentur Bitfactory entwickelt wurde, an. So kann insbesondere zu Zeiten der Pandemie schnell, sicher und hygienisch gespendet werden.

### 3. Werbematerialien in Hotels

Wir stellen in teilnehmenden Hotels unsere Werbematerialien auf, um das Bewusstsein für unsere gemeinnützige Organisation zu erhöhen. Dazu gehören Roll-ups, Flyer und Digital Signage Motive, die z.B. in der Lobby oder im Frühstücksraum gezeigt werden.

### 4. Präsentation auf Branchenveranstaltungen

Unser Branchennetzwerk gibt uns die Möglichkeit, uns auf verschiedenen Branchenveranstaltungen wie Messen kostengünstig, wenn nicht sogar kostenfrei vorzustellen, und so wertvolle Kontakte zu knüpfen.

### 5. Amazon Smile

Die FHF ist bei Amazon Smile gelistet, sodass 0,5% der Einkäufe, die bei Amazon getätigt werden, ohne Extrakosten für den Käufer an die FHF gespendet werden könnten, sofern der Käufer die FHF als zu begünstigende Organisation angibt.

### 6. Suchmaschinenwerbung über Google Ad Grants

Google bietet gemeinnützigen Organisationen über Google Ad Grants die Möglichkeit, unter bestimmten Auflagen kostenfrei Suchmaschinenanzeigen zu schalten. Die FHF hat sich für das Programm qualifiziert und bietet so auf Suchbegriffe, die Nutzer bei einer Google-Suche auf uns aufmerksam machen könnten.



1. Zimmerreinigung spenden



2. Digitale und klassische Spendenboxen



3. Werbematerialien in Hotels



4. Branchenveranstaltungen



5. Amazon Smile\*



6. Google Ad Grants



# 04 DIE FHF IN ZAHLEN

## BILANZ AUS DEM JAHRESABSCHLUSSBERICHT 2020

Einnahmen	2018	2019	2020	Ausgaben	2018	2019	2020
1. Spenden				1. Aufwendungen für Projekte			
a) Firmen und Privatpersonen	44.786,69 €	51.139,64 €	5.342,43 €	a) Stipendien	3.260,52 €	7.270,10 €	7.601,90 €
b) Sachspenden	43.669,06 €	15.184,40 €	2.969,30 €	b) Bachelor Award		1.500,00 €	1.500,00 €
				c) Reisekosten	1.190,36 €	12.772,23 €	1.056,78 €
				d) Infrastruktur			20.000,00 €
				2. Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit			
				a) Software	392,70 €	2.781,23 €	
				b) Werbekosten		5.393,16 €	1.874,63 €
				3. Allgemeine Verwaltung			
				a) Beratungskosten	9.134,44 €	8.655,92 €	18.256,92 €
				b) Mitgliedsbeiträge	50,00 €	50,00 €	50,00 €
				c) Seminarkosten			415,00 €
<b>gesamt</b>	<b>88.455,75 €</b>	<b>66.324,04 €</b>	<b>8.311,73 €</b>		<b>14.028,02 €</b>	<b>38.422,64 €</b>	<b>50.755,23 €</b>

### Erläuterungen:

- 1a) Die Kosten umfassen sechs Studenten, die eine einjährige Ausbildung an der Hotelfachschule absolvieren. Monatliche Kosten 135,85 Euro pro Student.
- 1b) Die Kosten umfassen fünf Studenten, die eine zweijährige Ausbildung an der Hotelfachschule absolvieren. Monatliche Kosten 104,29 Euro pro Student.
- 1c) Die Studenten und die Schule wurden vor Ort besucht und neue Studenten ausgewählt.
- 1d) Flyer
- 2a) Es fanden mehrere vor Ort Besichtigungen einer Hotelfachschule statt.
- 2b) Diese Kosten umfassen das Honorar für den lokalen Projektmanager, Anwalts- sowie Übersetzungskosten.
- 2c) Spende an die Deutsch-Mosambikanische Gesellschaft
- 3a) Wir unterstützen jährlich die DHBW Ravensburg und verleihen einen Award für die drei besten Bachelor Arbeiten.
- 4a) Spende an die More Than A Drop Foundation

1. Kap Verde		2018	2019	2020
a)	Stipendien 1	3.260,52 €	5.705,70 €	
b)	Stipendien2		1.564,40 €	1.601,90 €
c)	Reisekosten		2.857,03 €	
d)	Werbekosten		27,42 €	
2. Mosambik				
a)	Reisekosten	1.190,36 €	9.915,20 €	1.056,78 €
b)	Beratungskosten		5.043,58 €	15.019,75 €
c)	Infrastruktur			20.000,00 €
3. Ravensburg				
a)	Award		1.500,00 €	1.500,00 €
b)	Trophäe			76,31 €
4 Tansania				
a)	Stipendiate			6.000,00 €
gesamt		4.450,88 €	26.920,83 €	45.254,74 €

### Erläuterungen:

#### Einnahmen

- 1a) Die jährlich eingenommenen Spenden
- 1b) z.B. ein Lagerraum für Material, diverses Werbematerial

#### Ausgaben

- 1d) Spende an die Deutsch-Mosambikanische Gesellschaft
- 2a) Kosten für Buchhaltungsprogramm, Spendenterminals etc.
- 2b) Visitenkarten, Flyer, Roll-ups
- 3a) Anwaltskosten, Kosten für die Gründung
- 3b) jährlicher Mitgliedsbeitrag der Deutsch-Mosambikanischer Gesellschaft
- 3c) Schulungen der Mitarbeiter

## 05 AUSBLICK

Wir stehen bereits in Kontakt mit weiteren Ländern und Organisationen, mit denen in den nächsten Jahren eine Kooperation denkbar ist.

Aktuell befinden sich diese Projekte alle in der **Prüfungsphase**.

- **Namibia:**  
Verschiedene Bildungseinrichtungen haben uns Projektvorschläge zur Verbesserung des Ausbildungsniveaus und zur Ermöglichung von Ausbildungen für sozial benachteiligte Jugendliche vorgelegt.
- **Kap Verde:**  
Wir prüfen, ob wir die Kooperation mit der EHTCV, die ihren Online-Unterricht ausbauen wollen, und CODE CV, die den Bau einer Seminargebäudes planen, erweitern.
- **Mosambik:**  
Zur Förderung der lokalen Kultur und zur Etablierung von nachhaltigem Tourismus gibt es verschiedene Ansätze einer gemeinnützigen Organisation, die wir näher betrachten.
- **Deutschland:**  
Je nach Entwicklung der Pandemie und der Branche in Deutschland möchten wir es unseren Stipendiaten ermöglichen, ihr Pflichtpraktikum in Deutschland zu absolvieren.
- **Tansania:**  
Die MTDAF plant den Bau einer Hotelfachschule auf Sansibar.  
Hier prüfen wir, in welcher Form eine Beteiligung denkbar wäre.

## 06 WIR SAGEN DANKE

Nur mit Ihrer Unterstützung können wir unsere Projekte realisieren und Jugendlichen berufliche Zukunftsaussichten geben!

Wir sagen

Dhanyabaad!

*Hvala!* **Dakujem!** Spaciba!

Khob chai! Dziękuję! **Obrigado!** Blagodaria! **Gracias!** *Děkuji!*

Kiitos! *Tak!* Efharisto! **Danke!** Koorb kunn ka!

Diakui! *Thank You!* **Merci!** Tānan! *Faleminderit!* **Terima kasih!**

Dhanyavad! Toda! **Chnorakaloutioun!** *Mahalo!*

Kam sah hamnida! **Köszönöm!** **Dank u!** Kyay tzu tin pa te!

**Takk!** Chokrane! *Xièxie!*

**Arigato!** Tack!



## IHRE SPENDE

Spenden Sie um die die Bildung, sowie Ressourcen und weitere Unterstützung zu finanzieren und Ihre Fürsprache zu zeigen.

Sie können die FHF mit einem regelmäßigen oder einmaligen Betrag unterstützen. Gerne können Sie aber auch festlegen, ob Ihr Beitrag einer Person, einer Bildungseinrichtung oder dem Aufbau von Grundlagen zugute kommen soll.

## OFFLINE SPENDE:

Friedrich Hospitality Foundation gGmbH

IBAN: DE71 6006 0396 0500 5000 02

BIC: GENODES1UTV





