

Kapitel 1

Fundraisingstrategien

Inhalt

- 1.1 Theologische Perspektiven des Gebens
- 1.2 Ethik im Fundraising
- 1.3 Fundraising und Gemeindeaufbau
- 1.4 Fundraising in der Evangelischen Kirche
- 1.5 Trends auf dem deutschen Spendenmarkt

1.1 Theologische Perspektiven des Gebens

In den vergangenen Jahren haben sich das Fundraising wie auch das Stiftungswesen in Deutschland rasant entwickelt. Gerade die Kirchen waren und sind Schrittmacher in diesem Bereich. Und wohl in keinen anderen Organisationen wurde jüngst so viel in den Aufbau von Fundraisingstrukturen investiert wie in der Kirche. Das Eigentümliche ist, dass dieser boomenden Praxis ein Theoriedefizit gegenübersteht. Zwar existieren in den angelsächsischen Ländern und auch in Frankreich ausführliche Debatten zur Theorie der Gabe. In Deutschland werden diese Schriften aber erst allmählich rezipiert. So sind auch die theologischen Publikationen zum Gabehandeln im deutschsprachigen Raum noch immer überschaubar. Erst allmählich formieren sich Personen, Institutionen und Orte, die diesen Diskurs vorantreiben.

Im Folgenden soll es darum gehen, grundlegende theologische Schneisen in das Debattendickicht zu schlagen. Ich orientiere mich dabei vor allem an den Forschungserträgen von Frank Adloff, Dieter Georgi, Magdalene L. Frettlöh, Gury Schneider-Ludorff und Fritz Rüdiger Volz.

in diese geschaffene und schon vorhandene Welt einzugreifen und sie zu gestalten.

Die biblische Tradition wirbt anhaltend um die Auffassung, die gute Schöpfung Gottes zu loben und anzuerkennen. Psalm 104 ist ein einziger Lobgesang auf diese reiche Fülle, die die Menschen aus Gottes Hand empfangen. Psalm 36 lobt die Güte Gottes, die so weit reicht, wie der Himmel ist; und weist darauf hin, dass Menschenkinder unter dem Schatten seiner Flügel Zuflucht haben und die Menschen satt werden von den reichen Gütern seines Hauses. Auch das Vaterunser nimmt den Gedanken des Empfangens auf, wenn um das tägliche Brot gebeten wird.

Prominent hat Martin Luther diesen Gedanken des geschenkten und empfangenen Lebens im Kleinen Katechismus in seiner Erklärung zum ersten

Artikel des Glaubensbekenntnisses ausgeführt. Dort schreibt er: „Ich glaube, dass mich Gott geschaffen hat samt allen Kreaturen, mir Leib und Seele, Augen und Ohren und alle Glieder, Vernunft und alle Sinne gegeben hat und noch erhält; dazu Kleider und Schuh, Essen und Trinken, Haus und Hof, Weib und Kind, Acker, Vieh und alle Güter; mit allem, was not tut für Leib und Leben, mich reichlich versorgt, in allen Gefahren beschirmt und vor allem Übel behütet und bewahrt; und das alles aus lauter väterlicher, göttlicher Güte und Barmherzigkeit, ohn all mein Verdienst und Würdigkeit: für all das ich ihm zu danken und zu loben und dafür zu dienen und gehorsam zu sein schuldig bin. Das ist gewisslich wahr.“ (Kleiner Katechismus, Der erste Artikel von der Schöpfung)

Luther bezieht in das empfangene Leben die gesamte Wirklichkeit ein: das eigene Leben, die Sozialität, die Voraussetzungen für den Erhalt des Lebens und auch die Kultur. Entsprechend ist die Antwort auf die großzügige Vorgabe Gottes eine Haltung der Dankbarkeit.

In den biblischen Schriften wird Gott deshalb als der Ursprung aller Gaben gelobt; und er tritt in Erscheinung als der, der das Wesentliche für ein gutes menschliches Leben und ausreichende Versorgung gibt und gewährleistet. Dieser zuvorkommenden Anerkennung, wie sie sich in Gnade, Liebe und Erbarmen erweist, kann das Handeln der Menschen

1. Das Leben als Gabe

Menschen haben das Leben nicht aus sich selbst. Sie verdanken das Leben nicht sich selbst, sondern haben es empfangen. Die Psalmen und die Weisheitsliteratur loben an vielen Stellen der Hebräischen Bibel diesen Aspekt des empfangenen Lebens. Gott gibt großzügig seine Gaben, das Leben, die Menschen, die Natur und die Tiere – und die Menschen erleben diese Schöpfungsgabe als unverdientes Geschenk, das von Gott kommt. „Der Satz ‚niemand kann sich das Leben selbst geben‘ findet seine theologische Korrespondenz in dem Bekenntnis zu Gott als dem Schöpfer des Lebens.“ (Trutz Rendorff, Ethik, Bd. 1, S. 69)

Viele theologische Ansätze gehen von dem schöpfungstheologischen Aspekt aus, dass das Leben den Menschen gegeben ist; ebenso viele ethische Ansätze. Dabei wird der Gedanke in den Vordergrund gestellt, dass die Welt schon da ist, schon vorhanden ist – und der Mensch in diesem Kontext der Schöpfung immer schon situiert ist. Es gibt schon Familien, Gemeinschaften, Nationen, Ethnien, Werte und Normen, kurzum: Kontexte, in die wir hineingeboren werden, die also schon vor uns „da“ sind, die wir nicht geschaffen haben, die uns aber zunächst prägen. Dieses „Gegebensein des Lebens“ ist eine Gottesgabe, die wir als Gläubige annehmen, bevor wir damit beginnen,

angemessen nur mit einer Ethik und einem Handeln der Großzügigkeit entsprechen. Nach theologischem Verständnis kommt nicht zuerst die Moral und nicht erst die richtige Gesinnung, sondern das Zuvorkommen und die zuvorkommende Gabe Gottes, die rechtfertigt und anerkennt. Die Menschen können diesem Zuvorkommen Gottes mit ihrer eigenen Großzügigkeit entsprechen.

2. Die Gerechtigkeit als Gabe

In modernen Ansätzen der Sozialphilosophie ist es üblich geworden, zwischen „Athen“ und „Jerusalem“ bzw. zwischen dem Athener und Jerusalemer Modell zu unterscheiden. Die Differenzierung bezieht sich auf das Menschenbild, aber auch auf die Beziehungen zwischen den Akteuren. Während es „in Athen“ eher um den schönen, athletischen, ästhetischen und politisch aktiven Mann geht, hat „Jerusalem“ stärker den Fokus auf den Schwachen, Ausgegrenzten und Unterdrückten als Teil der Gemeinschaft. Während, verallgemeinert gesprochen, Athen die symmetrische Beziehung zwischen starken Gleichen hervorhebt, geht es in „Jerusalem“ mehr um die asymmetrischen Beziehungen zwischen Menschen und Kollektiven. Während Athen eher den starken Einzelnen in den Blick nimmt, schaut Jerusalem mehr auf die Integration der Gemeinschaft.

Dieser besondere Blick auf menschliche Ungleichheiten nimmt in den Traditionen der Hebräischen Bibel und auch im Neuen Testament eine besondere Rolle ein: der Blick auf die unterdrückten Israeliten in Ägypten, die ihm Exodus ihre Befreiung erleben; die umfangreiche Sozialkritik der Propheten an Ausbeutung und Entrechtung der Armen durch die Mächtigen und Wohlhabenden; aber auch in den Gesetzgebungen der Thora, die vermutlich auch auf eine vorhandene Ungleichheit in der Gesellschaft reagieren.

In diesem Zusammenhang wird das Gabehandeln immer wieder als angemessener Ausdruck der Gerechtigkeit Gottes eingeführt, um die an den Rand Geratenen wieder in die Gemeinschaft zu integrieren und ihnen durch großzügiges Abgeben und Teilen die Existenz zu sichern. Gerade in den Gesetzen der Thora finden sich immer wieder Weisungen, wie bei Missernten oder in Dürrezeiten ein gerechter Ausgleich in der Gemeinschaft möglich werden soll. Und die Propheten nehmen in ihrer Gesellschaftskritik Bezug auf diese Form einer ausgleichenden Gerechtigkeit durch geregelte Gaben an die Armen und Ausgegrenzten. „Für den Zusammenhang von Gabehandeln, Gottes

Willen und Beziehungen zwischen den Menschen und insbesondere den hochgradig asymmetrischen Beziehungen zwischen den Reichen und Armen ist es für das Modell ‚Jerusalem‘ schlechterdings konstitutiv, dass Gott gerade als Geber Subjekt der Wirklichkeit ist. Er ist dies in mehrfacher Hinsicht: als Schöpfer, dem die Menschen die ‚Welt‘ als Gabe verdanken, als Befreier im Exodus, als Stifter des Bundes mit seinem Volk und als Schenkender seiner Thora und ihrer Gebote.“ (F. R. Volz, Sozialanthropologische und ethische Grundlagen des Gabehandeln, in: Fundraising Akademie [Hg.], Fundraising – Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden, 4. Aufl. 2008, S. 49)

3. Die Gnade als Gabe

Die Sammlung für die Armen in Jerusalem ist nicht nur ein Herzensanliegen, sondern auch eines der Lebensprojekte des Paulus. Auf dem Apostelkonzil war es vereinbart worden, und für Paulus ist die Kollekte selbst Gradmesser für die Wirksamkeit des Evangeliums in der Welt. Durchgehend in seinen Briefen, aber vor allem im achten und neunten Kapitel des zweiten Korintherbriefes wirbt er leidenschaftlich, rhetorisch brillant und mit einem hinreißenden Charme für diese Sache. Die Kollekte muss ihre Bewährungsprobe bestehen, aus freien Stücken erfolgen und nicht unter Zwang, also ohne aus den Werken des Gesetzes zu kommen.

Ich möchte im Anschluss an die Arbeiten von Dieter Georgi und Magdalene L. Frettlöh vier Kriterien benennen, die für die Gabe der Kollekte bezeichnend sind:

- a. Sie teilt und verteilt die Charis, die Gnade Gottes.
- b. Sie ist der Gradmesser für die Glaubwürdigkeit der christlichen Koinonia (Gemeinschaft).
- c. Sie zielt auf einen guten und gerechten Ausgleich zwischen den Gemeinden.
- d. Das Geben in der Kollekte bezeichnet Paulus als Leiturgia, als Gottesdienst.

„Charis ist das Leitmotiv der paulinischen Werbekampagne für die Jerusalemer Kollekte.“ (Frettlöh, Der Charme der gerechten Gabe, in: Leget Anmut in das Geben, hg. v. Jürgen Ebach u. a., 2001, S. 141)

Und in der Kollekte kommt die Charis Gottes zum Ausdruck. Mehr noch, indem Paulus für beides, für das göttliche Geben und Nehmen und für das

menschliche Geben und Nehmen, denselben Begriff der Charis gebraucht, verschränkt er die göttliche Gerechtigkeit und das menschliche Tun in einer nahezu ununterscheidbaren Weise. Zudem gebraucht er für Gnade, Gabe, Kollekte und Dank dasselbe Wort: die Charis.

Gott gibt: reichlich und großzügig, üppig und überschwänglich, aus der Fülle und begabt überreich; Gott macht in Christus eine „Vorgabe“, und dieser „Überfluss“ der Charis wird zwischen den Gemeinden weitergegeben. Die Gaben werden nicht gehortet und akkumuliert, sondern frei flottierend, freiwillig und ohne Zwang verteilt und weitergegeben. Und bei alledem gilt: Die Gaben sind nicht verfügbar, können nicht befohlen oder angeordnet werden. Sie erfolgen aus freien Stücken.

Ich möchte besonders auf die Vorstellung von der Gnade und auf die Vorstellung des Gottes, der diese Gnade zukommen lässt, hinweisen: Paulus gebraucht Motive des Überflusses, des Überströmens, des Überreichseins und verstärkt dies durch andere Worte und Begriffe, die den Reichtum und die Fülle des Vorgangs zum Ausdruck bringen. Der Gott der Charis ist ein großzügiger Gott. Und die Ethik, die dieser Charis entspricht, ist eine Ethik der Großzügigkeit.

Die Kollekte für die Jerusalemer Gemeinde ist für Paulus keine isolierte Spendenaktion und keine einmalige solidarische Hilfe für die armen Judenchristen in Palästina. Es geht um das Selbstverständnis der einzelnen Gemeinden und um das Selbstverständnis der christlichen Gemeinschaft als Ganzes. Und Paulus plädiert für einen Ausgleich als Ziel der Gabe. Nicht in einer asymmetrischen Weise, dass die reicheren Gemeinden den weniger wohlhabenden etwas von ihrem Hab und Gut abgeben. Nein, als Ausdruck der „diakonia“ ist das Geben und Nehmen ein wechselseitiges, reziprokes Gebeereignis (vgl. Frettlöh, S. 147). Die Gemeinden bedürfen sich gegenseitig und profitieren von den unterschiedlichen Charismen, die in den Einzelgemeinden vertreten sind.

Die Kollekte symbolisiert somit nicht einen einseitigen Gütertausch oder eine einseitige Güterverschiebung von den Reichen hin zu den Armen im Sinne der „milden Gabe“, sondern konstituiert ein Austauschverhältnis. „Die vor Gott gleich sind, sollen es auch untereinander werden“ (Frettlöh, S. 147). Nicht Scham und Demütigung sind die Gefühlslagen der Beschenkten, sondern das selbstbewusste Wissen, selbst Katalysator der göttlichen Gnade zu sein.

Damit wird die Kollekte zum einigenden sozialen Band der Gemeinden untereinander. Sie stiftet Beziehung und ist als freiwillige Gabe Antwort auf die „überschwängliche Charis Gottes“ (2. Kor 9,15); sie

ist Ausdruck der Solidarität, des Bundes und der Gemeinschaft (Koinonia). Paulus bezeichnet die Kollekte selbst als Koinonia, als gemeinschaftsstiftende und -symbolisierende Integration christlichen Lebens. Zugleich setzt Paulus mit eleganten rhetorischen Mitteln darauf, den Wettbewerb der Gemeinden untereinander anzusporen. Es geht auch um Ruhm, um Prestige und Image der jeweiligen Gemeinde. Die jungen Gemeinden in Makedonien, Achaia und Korinth sollen konkurrieren in der Bereitwilligkeit, Freude und Lust, mit der sie sich auf die Kollekte einlassen, und in der Höhe ihrer Spenden.

Die Kollekte repräsentiert als Koinonia die Einheit der Gemeinden. Sie ist Ausdruck des gemeinsamen Glaubens und damit das sichtbare gemeinsame Band, dem eine integrierende und integrative Funktion zukommt. Damit wird das Geben selbst „Leiturgia“, ein angemessener Gottesdienst als Antwort auf Gottes großzügiges zuvorkommendes Geben. Gott der Geber aller Gaben verausgabt sich, und ihm wird durch das Entsprechungsverhältnis des Weiter-Gebens dafür gedankt. Die Gabe ist alltäglicher Gottesdienst, in ihr wird Gott für seinen Reichtum gedankt, und in ihr verschränken sich die Gnade, die Gerechtigkeit und wohl auch Schönheit und Charme des Gebens und Nehmens.

4. Historischer Ausblick

Es ist bemerkenswert, dass wir gerade im Protestantismus und interessanterweise nach der Reformation ausführliche Stiftungsgründungen haben: Kirchen, in denen sich Stifterinnen und Stifter durch das Stiften von Orgeln, Bildern, Altären, liturgischen Gegenständen und Kirchenbänken engagierten, die Arnenpflege in den Gemeinden unterstützten oder mit Stipendienstiftungen den theologischen Nachwuchs förderten. Entgegen der lange vertretenen Meinung, das Stiftungswesen sei mit der Reformation in die Krise geraten, sehen wir heute wieder deutlich, wie das freiwillige Geben, Schenken und Stiften nach der Reformation nicht abbrach, sondern nur anders gedeutet wurde. Dem evangelischen Geben, Schenken und Stiften ging es immer um Weltgestaltung.

Neuere historische Arbeiten belegen, dass das, was wir heute als „Dritten Sektor“ beschreiben, über Jahrhunderte vom freiwilligen, privaten Engagement der Bürgerinnen und Bürger getragen wurde. Und es ist interessant zu sehen, wie sich gerade im evangelischen Bereich ein ausführliches Mäzenatentum gerade auch nach der Reformation entwickelt hat.

Landgraf Philipp von Hessen ist in der Reformation mit seinen Landesherrlichen Stiftungen der vier Landeshospitäler vorangegangen und hat die Klöster in kostenlose Hospitäler umgewandelt, damit sie seinem neuen reformatorischen Konzept des „gemeinen Nutzens“ zugute kommen konnten. Drei davon existieren noch heute. Aber nicht nur diese Form fürstlicher, evangelischer Armenfürsorge finden wir im Protestantismus. In den evangelischen Reichsstädten insgesamt finden wir eine ausgeprägte Mentalität, der Stadt Bestes zu suchen. Konstitutiv war dabei die Beförderung der gesellschaftlichen Belange im Sinne eines neuen protestantischen Selbstverständnisses. So haben sich gerade nach der Reformation die Evangelischen für die städtische Armenfürsorge mit ihren privaten Mitteln eingesetzt und den Bau von Kirchen finanziert, die dem neuen evangelischen Raumkonzept entsprachen, samt Innenausstattung mit Orgeln, Altären, Kanzeln und liturgischen Gegenständen. Auch die künstlerisch wertvollen, neuen evangelischen Bildprogramme an den Emporen – oder sonstige Kunst im Kirchenraum – standen im Interesse der Stifterinnen und Stifter.

Zudem wurde durch großzügige Gaben das gesamte Bildungssystem im evangelischen Bereich strukturiert. Heute entdecken wir das umfassende Stipendienwesen in den evangelischen Reichsstädten Nürnberg oder Ulm, aber auch in den landesherrlichen Universitätsstädten wie Tübingen, Marburg oder Jena neu. Auch hier haben solvente Geber und Stifter, darunter übrigens auch viele Frauen, das Bildungssystem – vor allem die Ausbildung der Theologiestudenten – finanziert und gesichert.

Für den evangelischen Kontext kann man also mindestens drei Bereiche benennen, in denen nach der Reformation das großzügige Geben, Spenden und Stiften eine Rolle spielt: erstens in Fortführung der mittelalterlichen Tradition der Pfründestiftungen in der Finanzierung der Pfarrstellen in den Gemeinden samt der Stiftungen für protestantischen Kirchenbau, zweitens in der Armenfürsorge im Sinne des Gemeinen Nutzens (heute würden wir sagen: die diakonische Arbeit) und drittens in Anschubfinanzierungen, um ein innovatives Bildungssystem auf den Weg zu bringen.

Wir haben es also im protestantischen Geben und Stiften nach der Reformation sehr stark mit einem Gestaltungsmoment zu tun. Diejenigen, die gaben, wollten gestalten – Kirche und Gesellschaft gestalten. Damit bringt die Reformation eine entscheidende Wende im Blick auf die Motivation des mittelalterlichen Gabehandeln: Der mittelalterliche Mensch stiftete, um „irdische Güter gegen himmlische einzutau-

schen“ (Berndt Hamm), also um für sein Seelenheil nach dem Tode zu sorgen, die Zeit im Fegefeuer zu verkürzen und seine guten Taten von Gott angerechnet zu bekommen. Den evangelischen Stifterinnen und Stiftern ging es um die Gestaltung der Gegenwart als Dank für die von Gott – ohne eigene Werke – erhaltene großzügige Gnade.

Es gab also schon die Pfründestiftungen zur Finanzierung von Pfarrstellen. Es gab früher schon fromme Protestantinnen, denen das Bildungswesen am Herz lag und die dafür spendeten. Und es gab schon konzertierte Aktionen von Fürst und Bürgern, das Krankenhauswesen wie in Hessen durch großzügiges Geben zu sichern. Von diesen Formen der Kreativität können wir viel lernen, und in dieser Tradition stehen wir, wenn wir Stiftungen errichten und Fundraising betreiben.

1.2 Ethik im Fundraising

Ethik ist eine Krisentheorie. Ethische Fragen treten dann auf, wenn Gewohntes unklar oder fragwürdig geworden ist; oder wenn die Handlungsoptionen neu ausgelotet werden müssen, wie Einzelne oder Gemeinschaften in bestimmten Fällen verfahren sollen.

Grundsätzlich kann man in der Ethik zwei Ansätze unterscheiden: eine an Aristoteles orientierte Sichtweise, die sehr stark die Kontexte mit ihren vorhandenen Werten und Überlieferungen in den Blick nimmt. Man nennt dies den Ansatz der „Ethos-Ethiken“. Diese Ethiken schauen nach spezifischen Werten in konkreten Zusammenhängen. Davon unterscheidet man in der ethischen Wissenschaft die „Prinzipienethiken“, die sich an dem modernen Philosophen Immanuel Kant orientieren und versuchen, allgemeingültige Normen für alle Kontexte zu formulieren. Man nennt diesen Ansatz auch universalistisch, weil es um verallgemeinerungsfähige Normen geht.

In der Fundraising-Ethik brauchen wir beides: normative Standards, die immer und überall Gültigkeit besitzen und bei jeder Fundraisingaktion in jeder Kirchengemeinde zu berücksichtigen sind (im Anschluss an Kant), und kontextuelle Ethiken, die die pluralen Geprägtheiten unterschiedlicher Kirchengemeinden in den Blick nehmen (im Anschluss an Aristoteles). Geht es im Anschluss an Kant eher um Allgemeingültigkeit, geht es im Anschluss an Aristoteles eher um die Betonung der Differenz und um die Unterschiede.

In diesem Artikel soll ein Verständnis von Ethik vertreten werden, dem es sehr stark um die Wahrnehmung der kirchengemeindlichen Kontexte für das Fundraising geht.

Damit ist die Gesamtheit der Üblichkeiten und Gewohnheiten gemeint, die in einem Zusammenleben kulturell in Geltung sind; wie man herkömmlicherweise in einem spezifischen Kontext handelt.

Auch Kirche und Kirchengemeinde sind solche geprägten Zusammenhänge, ohne dass es uns zunächst bewusst ist. Sie funktionieren „irgendwie“. Sie haben ihr eigenes Ethos, ihre eigenen Gewohnheiten und Abläufe, und dieses Ethos ist von Kirchengemeinde zu Kirchengemeinde meist unterschiedlich. In manchen Gemeinden gehört die Orientierung an der Kerngemeinde zu ihrem Selbstverständnis; das Ethos einer solchen Gemeinde gleicht eher einem Verein. Eine andere Gemeinde ist stark am Stadtteil oder an der Region orientiert; das Ethos einer solchen Gemeinde ist es, sich eher als Teil des Gemeinwesens zu verstehen.

Im vorliegenden Ordner soll eine Auffassung von Ethik vertreten werden, der es zunächst um das Ethos geht. Was ist in der Gemeinde üblich? Was ist ihre spezifische Prägung? Wer sind wir, und was macht uns aus? Wie verstehen wir uns als Gemeinde selbst im örtlichen oder städtischen Zusammenhang? Wo-

bei klar ist, dass dieses Ethos einer Kirchengemeinde nicht statisch ist, sondern sich anhaltend weiterentwickelt, weil das Umfeld sich ändert, Menschen zuziehen oder wegziehen; Hauptamtliche kommen und gehen; kurzum: die Welt sich verändert. Das Ethos einer Kirchengemeinde selbst ist also immer schon dynamisch und im Wandel begriffen – und dies vor jeder Ethik.

Dieses Ethos einer Gemeinde gilt es, gerade für die Fundraising-Praxis, wahrzunehmen. Weil das Fundraising in einer evangelikalen Gemeinde anders aussieht als in einer politischen; weil Fundraising in einem wohlhabenden Umfeld anders aufgestellt ist als in einem sozialen Brennpunkt; oder weil das Fundraising für eine Jugendkirche anders gedacht werden muss als in einer Gemeinde mit dem Schwerpunkt auf Seniorenarbeit.

Was aber ist dann Ethik? Die Ethik ist die Reflexion auf das Ethos. Oder vereinfacht gesagt: Die Ethik ist die Theorie, das Ethos die Praxis. Die Ethik

1. Was ist Ethik im Fundraising?

Menschliches Zusammenleben funktioniert immer schon nach impliziten Regeln, die den Personen bewusst oder unbewusst sind. Immer schon existieren Gewohnheiten oder Üblichkeiten, die längst in Geltung sind, ohne dass eine Ethik dies vorgeschrieben hätte. Das gilt für Alltagsrituale, ob man zur Begrüßung – wie eher im Norden – „Moin, Moin“ oder – wie eher im Süden – „Grüß Gott“ sagt. Das gilt für moralische Grundhaltungen wie die der Gewaltfreiheit. Oder dass man Versprechen hält. Das gilt auch für sogenannte Sekundärtugenden, sich pünktlich wie verabredet an einem bestimmten Ort einzufinden.

Wir leben immer schon in moralisch und kulturell geprägten Zusammenhängen – vor jeder ethischen Reflexion. Diese geprägten Kontexte, in denen Menschen existieren, nennt man seit Aristoteles „Ethos“.

ist die Wissenschaft, das Ethos das, was „schon da“, was jeweils üblich und in Geltung ist. Die erste Aufgabe der Ethik nun ist es nicht, Vorschriften oder Vorschriften zum Handeln zu artikulieren, sondern sie muss hinsehen und verstehen. Die Ethik muss die Kontexte wahrnehmen in ihrer spezifischen Gestalt; muss die vorhandene Geschichte und die Werte einer Gemeinde rekonstruieren; muss sehen und analysieren, was ist. Ihre Aufgabe ist also zunächst eine wahrnehmende, analysierende und verstehende – nicht eine vorschreibende.

In der ethischen Theorie nennt man eine solche Auffassung von Ethik „hermeneutisch“. Der hermeneutischen Ethik geht es zunächst ums Verstehen, danach erst um das Vorschreibende („Normative“). Die Ethik ist also die Wissenschaft vom Ethos, und sie schaut zuerst hin, was „da“ ist und was der Fall ist. Erst in einem zweiten Schritt, nachdem sie rekonstruiert, analysiert, wahrgenommen und verstanden hat, wird sie sich vorschreibend („normativ“) auf das Wahrgenommene beziehen.

Dementsprechend ist die Ethik auch nicht allgemeingültig („universalistisch“) für jede Gemeinde, jeden Kirchenkreis und jede Landeskirche gleich, sondern kontextuell und plural. Wie auch das Fundraising für eine Kirchengemeinde nicht allgemeingültig sein kann, sondern stets anschließen muss an spezifische Prägungen einer konkreten Gemeinde und Situation.

Die Ethik hat also eine doppelte Aufgabe: Erstens: Sie versteht und rekonstruiert, das ist ihre hermeneutische und kritische Dimension. Zweitens: Sie schreibt vor, das ist ihre normative Funktion. Die Ethik ist dementsprechend die „kritische und normative Theorie des Ethos“ (Fritz Rüdiger Volz).

Deshalb lautet dann aber auch die vornehmste Frage einer Ethik im Fundraising nicht „Wie wollen wir handeln?“, sondern „Wer wollen wir sein?“. Die ethische Frage wird damit rückgebunden an die Frage nach dem Selbstverständnis und nach der Identität. Es geht also darum, wer wir mit unseren Fundraisingaktivitäten als Kirchengemeinde sein wollen. Was unsere Visionen und Werte sind. Was unser Leitbild ist, was unsere theologische Überzeugung. Was für ein Verständnis wir von uns selbst, von unserem Glauben und von unserer Gemeinde haben. Und was wir mit unseren Fundraisingaktionen bewegen wollen. Und das variiert von Gemeinde zu Gemeinde. Deshalb ist der Ansatz der Ethik von vornherein pluralistisch angelegt, weil häufig die Gemeinde A andere Ziele verfolgt als die Gemeinde B.

Wir fassen bis hierher zusammen:

1. Es existiert vor jeder Fundraisingaktivität ein geprägtes Ethos einer Kirchengemeinde mit impliziten Vorstellungen und Werten.
2. Ethik ist die kritische und normative Theorie des Ethos. Ihre Aufgabe ist es zunächst, die vorhandenen Werte des Ethos einer Kirchengemeinde freizulegen. In diesem Sinne ist die Ethik eine hermeneutische Wissenschaft.
3. In einem zweiten Schritt erst ist die Aufgabe der Ethik, sich normativ, also vorschreibend auf das Ethos einer Gemeinde zu beziehen. In diesem Sinne ist die Ethik eine normative Wissenschaft.
4. Die Grundfrage der Ethik im kirchlichen Fundraising lautet nicht „Wie sollen wir handeln?“, sondern „Wer wollen wir sein?“. Damit geht es in der Ethik zunächst nicht um das Handeln, sondern um die Selbstdeutung und um das Selbstverständnis der Akteure, in unserem Fall: von Kirchengemeinden, die Fundraisingaktivitäten planen.
5. Der Ansatz dieser Auffassung von Ethik ist nicht universalistisch (verallgemeinerungsfähig) – indem die Ethik allgemeine Standards vorgibt und damit von den Kontexten abstrahiert –, sondern kontextuell. Sie bezieht sich auf plurale Wertvorstellungen pluraler gemeindlicher Kontexte.

Dennoch brauchen wir in unserem Miteinander Regeln und Vorschriften, die nicht kontextabhängig gelten, sondern verallgemeinerungsfähig sind, also für alle gelten, egal, wo sie leben und welche Wertvorstellungen sie haben. Die Menschenrechte sind das prominenteste Beispiel für einen solchen „universalistischen“ Ethik-Ansatz. Aber auch im Fundraising haben sich Regeln durchgesetzt, an die sich alle halten sollen. Um diese soll es im nächsten Schritt gehen.

2. Verallgemeinerungsfähige Regeln in der Fundraising-Praxis

Ethische Standards im kirchlichen Fundraising unterscheiden sich von denen anderer Organisationen, weil sie sich aus dem christlichen Menschenbild ergeben und weil über allem Handeln im Fundraising der kirchliche Auftrag steht. Darüber hinaus ist die

wichtigste Grundlage natürlich das geltende Recht (z. B. Abgabenordnung, Datenschutzgesetz, Gemeinnützigkeitsrecht, Bildrechte), dem jeder Fundraiser selbstverständlich verpflichtet ist. Die Erwähnung der Rechtsgrundlagen in ethischen Standards verdeutlicht, dass jedes seriöse Fundraising auf der Basis geltenden Rechts gründet.

Ein ganz entscheidender Aspekt ist die Würde des Menschen, wie sie im Grundgesetz verankert ist. Und zwar geht es sowohl um die Würde von Unterstützern, die nicht bedrängt oder manipuliert werden dürfen, als auch um die Würde von Leistungsempfängern. Hier werden die ethischen Ansprüche einer diakonischen Einrichtung für Menschen mit Behinderungen andere sein als bei einer Umweltschutzorganisation. Fundraising braucht also eine spezifische, ethisch-moralische Richtschnur, an der wir uns orientieren können. Dabei geht es nicht um das Durchsetzen von Prinzipien, sondern um Orientierung und Selbstregulierung.

Diesem Grundsatz folgt auch der Ethik-Ausschuss des Deutschen Fundraising Verbandes mit den „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“. Im Bestreben um einen Konsens aller Mitglieder mit ihren unterschiedlichen Interessen und Arbeitsfeldern wurde deutlich, dass allgemeingültige ethische Gesichtspunkte schwer festzulegen sind. Es zeigt sich, dass gemeinnützige Organisationen an einigen Stellen anderen Richtlinien folgen als Dienstleister, die in deren Auftrag handeln (z. B. Fundraising-Agenturen oder Lettershops). Der Deutsche Fundraising Verband setzt auf Überzeugung und Aufklärung. Er möchte seinen Mitgliedern, die sich durch Unterschrift zur Einhaltung der 19 Grundregeln verpflichten, verständlich machen, was eine „gute, ethische Fundraising-Praxis“ ist, damit sie aus Überzeugung dem entsprechend handeln. Zu diesem Zweck wurde ein Best-Practice-Katalog erstellt, der auf Überzeugung und Aufklärung setzt. Hier werden praktische Fälle unter ethischen Gesichtspunkten betrachtet und Lösungsvorschläge aus der Praxis gemacht.

Ethisch-moralisch einwandfreies Handeln ist eine selbstverständliche Voraussetzung für erfolgreiches und dauerhaftes Fundraising. Wie sollte es gelingen, wenn Förderer sich überrumpelt fühlen, wenn sie kein Vertrauen in die Organisation haben, die sie um Unterstützung bittet? Damit ist schon das zweite wichtige Erfolgskriterium genannt: Vertrauen. Eine Einrichtung, die kein Vertrauen genießt, wird schwerlich Unterstützer gewinnen können. Vertrauen aber muss wachsen. Dabei geht es zum einen um das Vertrauen von Unterstützern, zum anderen aber auch um das öffentliche Vertrauen der Gesellschaft. Um dieses Vertrauen zu erlangen, braucht es zum einen eine ver-

lässliche Projektarbeit und eine offene und ehrliche Spenderkommunikation sowie zum anderen eine gute Öffentlichkeitsarbeit. Regelmäßige, aussagekräftige und verständliche Berichte geben Auskunft darüber, in welcher Höhe Mittel eingenommen und wie sie verwendet wurden. Spender verstehen, dass für Fundraising auch Kosten entstehen. Sie dürfen daher nicht verschwiegen werden. Gerade die Kirche, die doch ohnehin schon „Kirchensteuern kassiert“, steht hier besonders auf dem Prüfstand.

Spätestens, wenn Sie sich in Ihrer Gemeinde oder Einrichtung mit Sponsoring, Großspender- oder Erbschaftsfundraising beschäftigen, kommen ethische Fragen in den Blick: Welche Werbeleistungen können Sie einem Sponsor anbieten und wo sind ihre Grenzen? Wie lassen sich der Umgang mit Großspendern und der kirchliche Auftrag in Einklang bringen? Welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden, um Fundraising und Seelsorge klar voneinander zu trennen? Eigene ethisch fundierte Handlungsgrundlagen geben hier Orientierung und sollten als Gebote Ihres Handelns gefasst werden. Ziel ist es, auf ethisch reflektierter Basis Fundraising zu ermöglichen (z. B. Erbschaftsfundraising) und seriös und verlässlich umzusetzen.

Beim Nachdenken über ethische Standards sollte der Blick auch auf die eigene Einrichtung gerichtet werden. Wer wollen wir sein? Wie steht es mit der eigenen Vorbildfunktion? Wie behandeln wir unsere haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden? Wie gehen wir mit Mitbewerbern um? Die ethischen Standards lassen sich am ehesten an den eigenen Verhaltensweisen überprüfen.

Es empfiehlt sich, Ihren ethischen Verhaltenskodex als Basis Ihres Fundraisings auch Ihren Unterstützern zum Beispiel auf Ihrer Internetseite zugänglich zu machen.

Einige EKD-Gliedkirchen haben bereits spezielle ethische Standards entwickelt, zum Beispiel Hannover oder Bayern. Sie können diese Ethik-Regelwerke auf dem Internetportal fundraising-evangelisch nachlesen.

Fassen wir die Vorteile ethischer Standards für das Handeln im Fundraising kurz zusammen:

- Sie bieten Orientierung für alles Handeln im kirchlichen Fundraising.
- Sie stärken das Vertrauen der Unterstützer.
- Sie dienen als Qualitätskriterium für Professionalität.
- Sie dienen der gesellschaftlichen Anerkennung des Fundraisings.

Zur Entwicklung eines ethisch begründeten Verhaltenskodex für Ihre Gemeinde oder Einrichtung können Sie sich an den „19 Grundregeln“ des Deutschen Fundraising Verbandes, vielleicht auch an einem Regelwerk Ihrer Landeskirche oder diakonischen Werkes orientieren. Wir möchten an dieser Stelle kein allgemeines Regelwerk für das kirchliche Fundraising aufstellen, sondern Sie auf die wichtigsten Punkte hinweisen, die Sie beachten und in Ihre Regelungen aufnehmen sollten:

- Schutz der Würde von Unterstützern und Empfängern
- Einhalten der geltenden Bundes-, Landes- und Kirchengesetze
- Wahrheitsgemäße Darstellung von Spendenzwecken bzw. Stiftungsanliegen
- Freiwilligkeit der Unterstützung
- Einhaltung der Zweckbindung von Spenden und Stiftungsmitteln
- Ordnungsgemäße Buchführung, Rechnungslegung und Berichterstattung
- Vergütungsregelungen für die Zusammenarbeit mit Dienstleistern

Aufgrund der demografischen Entwicklung wird kirchliches Fundraising künftig unverzichtbarer Bestandteil bei der Finanzierung kirchlicher Aufgaben sein. Dem zunehmenden Wettbewerb auf dem deutschen Spendenmarkt und neuen, kritischen Spendergenerationen werden künftig nur Organisationen und Einrichtungen begegnen können, die sich durch Qualität und Professionalität in ihrem Fundraising auszeichnen. Dafür sind ethische Standards eine wichtige Voraussetzung.

Weiterführende Links:

„19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“:
www.fundraisingverband.de/verband/ethische-grundsätze/19-grundregeln.html



Best-Practice-Katalog:
www.fundraisingverband.de/verband/ethische-grundsätze/ethik-tipps-für-die-praxis.html



Ethik-Regeln Bayern, Gemeinsam Gutes tun:
www.fundraising-evangelisch.info/sites/default/files/images/Gemeinsam%20Gutes%20tun_0.pdf



Ethik-Regeln Hannover:
www.fundraising-evangelisch.info/sites/default/files/images/ethik%20im%20kirchlichen%20fundraising%203_0.pdf



1.3 Fundraising und Gemeindeaufbau

Wo Mitarbeiter gemeinsam überlegen, wie sie neue Einnahmequellen erschließen können, passiert über das Finanzielle hinaus einiges. Es stellen sich Fragen wie: „Was ist mir Kirche wert?“, „Wie kann ich potenzielle Spender für meine Anliegen begeistern?“ oder „Erfüllen wir überhaupt die Voraussetzungen, um zielgerichtet Spenden einzuwerben?“. Über diese Fragen kommt man schnell vom Fundraising zu grundlegenden Überlegungen des Gemeindeaufbaus. Und beides kann sich wechselseitig bereichern ...

»Ich gebe lieber für das Tierheim. Da weiß ich, was mit dem Geld geschieht.«

(Verkäuferin, 57 Jahre)

»Die Kirche kommt immer nur dann zu mir, wenn sie was will. Sonst bin ich denen egal.«

(Kaufmann, 61 Jahre)

»Ich habe mein Leben lang Kirchensteuer gezahlt. Jetzt sind andere dran, die Kirche zu finanzieren!«

(ehemalige leitende Angestellte, 75 Jahre)

Wer sich im kirchlichen Bereich um Geld- oder Sachspenden bemüht, begegnet häufig diesen und ähnlichen Äußerungen. Es gibt zwei Möglichkeiten, darauf zu reagieren. Die erste ist, sich enttäuscht zu zeigen, sich eventuell sogar über Ignoranz oder Fehlinformation aufzuregen. Eine durchaus verständliche Reaktion, zumal bei Menschen, die sich selbst zeitlich und finanziell stark für die Kirche engagieren. Aber sie hilft nicht weiter und führt im schlimmsten Fall beim Gegenüber zu Verärgerung oder Bestätigung der vorhandenen (Vor-)Urteile. Die zweite Möglichkeit, auf solche Äußerungen zu reagieren, besteht darin, die Fragen ernst zu nehmen und als Chance zum Gesprächseinstieg wahrzunehmen.

Ob am Ende ein „Erfolg“ im Sinne einer Spendenzusage steht, ist nicht das allein Entscheidende. Denn „Fundraising“ im kirchlichen Bereich ist kein Selbstzweck und geht weit über das Erschließen neuer Einnahmequellen hinaus. Es will auch die Talente der Mitarbeiter und übrigen Kirchenmitglieder nutzen, sie zum Dienst in der Gemeinde und an der Welt

befähigen und das von Gott in jedem Menschen angelegte Glaubenspotenzial ansprechen. Wo Mitarbeiter untereinander und mit anderen über Spenden zur Finanzierung der Gemeindegarbeit ins Gespräch kommen, gerät über das Finanzielle hinaus einiges in Bewegung und es kommen Fragen auf wie: „Was ist mir Kirche wert?“, „Warum reicht die Kirchensteuer nicht?“ oder „Wofür gebe ich Geld aus und wie setze ich Prioritäten in meinem Leben?“. Wo

daraus ein regelmäßiger Gedankenaustausch wird, wächst Verbindlichkeit unter den Mitarbeitern und die Fähigkeit, für Kirche und Glauben einzustehen. In spendenfinanzierten Projekten, Fördervereinen und Stiftungen entstehen neue Möglichkeiten zur Mitarbeit. Schließlich wird bei manchen Kirchenfernen die Kirchenmitgliedschaft stabilisiert, wenn Gemeinde durch Öffentlichkeitsarbeit und Besuche wahrnehmbar wird und Informationsdefizite abgebaut werden.

Damit dies gelingt, muss Fundraising als integraler Bestandteil des Gemeindeaufbaus verstanden werden.



Gemeinde ins Gespräch bringen ...

Bildrechte beim Autor des Artikels

Dabei sind verschiedene Aspekte zu bedenken, die sich wechselseitig bedingen. An welchem Punkt Veränderungsprozesse ansetzen, ist weniger entscheidend. Manchmal ist es ein großer Traum, für dessen Umsetzung die nötigen Finanzmittel fehlen. Manchmal ist es der Geldmangel, der Schwerpunktsetzungen der eigenen Arbeit erfordert. Aber wenn Entwicklungen in Gang gesetzt werden, müssen sie in eine umfassende

Dynamik einmünden. Sonst wird es auf Dauer auch in Teilbereichen keine Erfolge geben.

1. Visionen

Die grundlegende Frage ist zunächst die nach den tragenden Visionen. Visionen wecken Begeisterung. Visionen setzen in Bewegung. Visionen geben Auskunft über die Richtung. Wer keine Vision hat, verliert sich in der Vielfalt der alltäglichen Anforderungen und Herausforderungen, die auf einen einströmen.

Rick Warren schreibt (Kirche mit Vision, S. 194): „Menschen geben für eine Vision und nicht für die Notwendigkeit. Wenn die Notwendigkeit Menschen motivieren würde zu geben, dann hätte jede Gemeinde Geld im Überfluss. Es sind nicht die bedürftigsten Institutionen, die Unterstützung anziehen, sondern diejenigen mit der größten Vision.“



Bildrechte beim Autor des Artikels

Attraktive Projekte sind Voraussetzung für Fundraising und Gemeindeaufbau!

2. Ziele, Konzepte und Strategien

Leider bleiben viele bei den Visionen stehen. Das ist im Ergebnis noch fataler als ein Mangel an Visionen: Man entfacht Begeisterungstürme und enttäuscht anschließend Erwartungen. Spätestens beim dritten Mal sagen alle: „Es lohnt sich gar nicht, da mitzudenken. Hinterher passiert ja sowieso nichts!“ Deshalb braucht es klare Zielformulierungen, die aus den Visionen abgeleitet sind. Außerdem Konzepte und Strategien, die Wege beschreiben, um diese Ziele zu erreichen. Ganz wichtig dabei ist, Veränderungsprozesse so anzulegen, dass Ergebnisse zeitnah erfahrbar sind. Solche Erfahrungen motivieren für den weiteren Weg!

Zielformulierungen werden häufig als einengend und Kontrollinstrument empfunden. Aber sie können auch entlasten, indem sie Anforderungen begrenzen oder unrealistische Erwartungen als solche entlarven. Trotzdem ist natürlich grundsätzlich die Bereitschaft erforderlich, sich in diesem Zusammenhang auch mit den eigenen Schwächen auseinanderzusetzen.

3. Attraktive Projekte

Die meisten Menschen interessieren sich nicht für Ziele, Konzepte und Strategien. Deshalb müssen Vi-

sionen und Ziele in attraktiven Projekten anschaulich erfahrbar werden.

4. Motivierte Mitarbeiter

Mitarbeiter sind die wichtigsten „Botschafter“ jeder Institution. Mitarbeiterpflege ist damit auch für das Fundraising eine wichtige Herausforderung:

- Erfahren Mitarbeiter Wertschätzung – als Personen und für ihre Arbeit?
- Sind Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse eingebunden?
- Werden sie zu kritischen Rückmeldungen ermutigt?
- Herrscht ein Klima, in dem Veränderungen positiv bewertet werden?
- Wird auf Teamgeist und Teamentwicklung Wert gelegt?

5. Öffentliches Erscheinungsbild

Die Gebäude halten die erste „Predigt“! Sind sie einladend und vermitteln „Herzlich willkommen! Fühlen Sie sich bei uns wohl! Wir sind aufgeschlossen und auf der Höhe der Zeit!“? Oder ist der erste Eindruck: „Hier ist seit zwanzig Jahren Stillstand und es passiert nichts mehr!“? Mit einfachen Mitteln kann man da manchmal viel erreichen. Schon eine Entrümpelungsaktion kann verdeutlichen: Hier tut sich etwas!

Und weiter: Ist die Organisation durch ein einheitliches Erscheinungsbild nach außen wahrnehmbar? Sind Logo und Schriftzüge ansprechend? Sind Flyer, Prospekte und Websites von dem unbedingten Willen geprägt, Menschen anzusprechen und einzuladen? Spender gewinnen wir am ehesten unter den Menschen, die wir vorher für unsere Arbeit interessiert haben!

6. Interne Kommunikation über Gelder

Über Jahrzehnte hinweg hat sich eine Mentalität verfestigt, wonach mit den Kirchensteuermitteln umfassende Angebote für alle Bedürfnisse finanziert werden können. Aber die Mitgliederzahlen gehen zurück und die Gelder werden weniger. Im Ergebnis wird von jedem Einzelnen größere Opferbereitschaft erwartet: finanziell und/oder im Blick auf ehrenamtliches Engagement. Um diesbezüglich einen Bewusstseinswandel zu erreichen und die Bereitschaft zu finanziellem und persönlichem Engagement zu erhöhen, müssen die Informationen über die finanzielle Situation und die anstehenden Herausforderungen häufiger und an verschiedenen gemeindlichen Orten kommuniziert werden.

Noch immer ist es schwierig, in unserer Kirche über Geld zu reden. Entziehen kann man sich dem am einfachsten mit pauschalen Aussagen und Abwehrreaktionen („Jetzt wird auch in der Kirche nur noch über Geld geredet!“ und vermeintlich „geistlichen“ Einwüfen („Man muss nur Gottvertrauen haben!“). Aber wenn man die Krise als Krise erkennt und benennt, eröffnen sich neue Chancen. Dann hat bei der Lösung auch Fundraising einen Platz. Sie werden feststellen: Je offener und selbstverständlicher über Geld geredet wird, desto stärker kommen die Inhalte und Visionen wieder in den Blick, denn diese sollen schließlich finanziert werden.

7. Positionierung von Fundraising

Fundraising ist kein in sich abgeschlossenes System. Der Erfolg hängt entscheidend von seiner institutionellen Verankerung und seiner Akzeptanz innerhalb der Organisation ab. Deshalb lohnt es sich, der Frage nach der „Institutional Readiness“ ausreichend Aufmerksamkeit zu schenken. Im vorliegenden Ordner wird sie in Kapitel 2 „Voraussetzungen“ behandelt (siehe insb. Kap. 2.4). Im Übrigen gibt die Arbeitshilfe „Fundraising in Kirchengemeinden. Ein Leitfadens

für Qualitätsentwicklung“ der Fundraising Akademie (Frankfurt/Main 2011) wertvolle Hilfestellungen. Anhand der Checklisten und Erläuterungen wird schnell klar, wie eng Fundraising und Gemeindeentwicklung aufeinander bezogen sind.

Umgekehrt können von einer durchdachten Fundraisingkonzeption auch Impulse für die Organisationsentwicklung oder den Gemeindeaufbau überhaupt ausgehen. Wie das Wechselspiel von Fundraising und Gemeindeaufbau im Einzelnen ausgestaltet ist, lässt sich allerdings nicht allgemeingültig darstellen. Man muss die Ansatzpunkte finden, die zum jeweiligen Ort und in der jeweiligen Situation passen.

Zu vermeiden ist blinder Aktivismus, der obendrein häufig mit Leistungsdruck gepaart ist. Bei allem Bemühen um neue finanzielle Ressourcen sollten Gelassenheit und Gottvertrauen mitschwingen. Gelassenheit heißt nicht Unverbindlichkeit, aber niemand sollte durch zu hohe Ziele verschlissen werden.

Beim Gemeindeaufbau ist es wichtig, kleine Teilschritte auf dem Weg zur Verwirklichung einer großen Vision zu definieren. Diese sind so zu gestalten, dass Ergebnisse konkret sichtbar werden. Fundraising kann als Teil des Gemeindeaufbaus hier einen wichtigen Beitrag leisten. Es gibt Ziele wie „Stärkung der Verbindlichkeit der Mitarbeit“ oder „Wachstum im Glauben“, deren Erreichen nur schwer in konkreten Zahlen fassbar ist. Mitgliederzahlen in Fördervereinen oder Spendeneinnahmen sind klar zu benennen, die Verwendung von Spendengeldern oder Zinserträgen aus Stiftungen ist einfach darzustellen. Und es gibt schließlich einen großen Spielraum, Projekte so zu definieren, dass die gesteckten Ziele kurzfristig und mit bescheidenen Mitteln oder mit großen Beträgen und über einen längeren Zeitraum hinweg zu erreichen sind.

Nicht zuletzt gibt die Ausrichtung und der Umfang des Fundraising-Engagements Auskunft über Prioritätenbildung in der Gemeindegemeinschaft, die auch aufgrund der knappen werdenden finanziellen Mittel unabdingbar ist.

Gemeindeaufbau ist – hier schließt sich der Kreis – ohne die Erschließung zusätzlicher finanzieller und personeller Ressourcen kaum denkbar.

Worauf Sie achten sollten:

- Visionen sind Voraussetzung für Gemeindeaufbau und Fundraising.
- Definieren Sie klare Ziele, Konzepte und Strategien.
- Zwischenschritte lassen zeitnah die Ergebnisse Ihrer Bemühungen sichtbar werden.
- Die Projekte müssen begeisterungsfähig und anschaulich sein.

Was Sie vermeiden sollten:

- Eine ungenügende Verankerung des Fundraisings in den Organisationsstrukturen.
- Beim Fundraising den größeren Zusammenhang aus dem Blick zu verlieren.
- Verallgemeinerungen (nicht alles passt an jedem Ort).
- Leistungsdruck in jeder erdenklichen Form.

Weiterführende Links:

Anregungen zu unterschiedlichen Themenfeldern an der Schnittstelle von Fundraising und Gemeindeaufbau finden Sie auf:
www.t-sternberg.de



1.4 Fundraising in der Evangelischen Kirche

Seit Ende der 1990er Jahre hat das Fundraising in den Gliedkirchen der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) eine rasante Entwicklung genommen. In Hessen-Nassau, Baden, Hannover, Bayern, Westfalen und Nordelbien war Fundraising Thema, lange bevor es von den offiziellen Stellen der EKD wahrgenommen wurde. Der Zugang erfolgte meist über die Stiftungsarbeit, Gemeindeberatung oder auch Öffentlichkeitsarbeit.

1. Entwicklung

Der Grundstein für das kirchliche Fundraising wurde 1999 mit der Gründung der Fundraising Akademie aus Mitteln des Medienfonds der EKD gelegt. Etwa zeitgleich richtete die Evangelische Kirche in Hessen und Nassau 1999 eine Stelle für einen Fundraising-Beauftragten ein. Eine vergleichende Studie aus dem Jahr 2005 (epd-Dokumentation Nr. 49/2005) lieferte eine erste Bestandsaufnahme zur Positionierung des Fundraisings in den EKD-Gliedkirchen. Auskunft geben konnten für die Studie acht landeskirchliche Fundraising-Beauftragte. Neben den reinen Fakten des Arbeitsbereiches Fundraising enthält die Studie auch die Einschätzung der Befragten im Blick auf Chancen und Risiken kirchlichen Fundraisings, Empfehlungen für Fundraising-Neueinsteiger und die Wünsche an die EKD.

Im EKD-Impulspapier „Kirche der Freiheit“ fand Fundraising 2006 erstmals Erwähnung auf EKD-Ebene. Das Leuchtfeld 10 spricht von der Etablierung ergänzender Finanzierungssysteme und formuliert ambitionierte Ziele. Danach sollen „im Jahr 2030 die Einnahmen aus zusätzlich eingeworbenen Mitteln 20 Prozent aller Mittel der evangelischen Kirche ausmachen. Die Zahl der Kirchenmitglieder, die sich je nach ihrer Leistungskraft an der Mitfinanzierung der kirchlichen Arbeit beteiligen, sollte im Jahr 2030 verdoppelt sein (von ca. 30 Prozent auf ca. 60 Prozent). Ziele und Formen, in denen in der evangelischen Kirche diese Mittel eingeworben werden, müssen ständig weiterentwickelt und optimiert werden.“ Ferner ist von einer „besonderen Kultur der Würdigung“ die Rede. Es geht also darum, die Zahl derer, die sich an der Finanzierung kirchlicher Arbeit beteiligen, zu verdoppeln, die Einnahmen aus freiwilligen Gaben deutlich zu steigern und die Menschen, die durch ihren Beitrag die kirchliche Arbeit unterstützen, besonders

wahrzunehmen und zu würdigen. Als Unterstützer kirchlicher Arbeit sind folglich nicht nur Spender, sondern auch Kirchensteuerzahler wertzuschätzen.

Seitdem hat sich das Fundraising in den EKD-Gliedkirchen mit großer Dynamik entwickelt. Eine zweite Studie „Fundraising im Aufbruch“ (epd-Dokumentation Nr. 42/2009) wurde in Auftrag gegeben, um die Entwicklung

aufzuzeigen und die Fragen nach Perspektiven und Erfordernissen aufzunehmen. An der Befragung nahmen jetzt 16 von 20 Gliedkirchen teil. Ausgehend von der unterschiedlichen strukturellen Anbindung, personellen und finanziellen Ausstattung und Erfahrung, stellt die Studie die wachsende Professionalisierung des Fundraisings in den Gliedkirchen dar. Daneben zeigt sie Perspektiven des kirchlichen Fundraisings auf und lässt den geforderten Unterstützungsbedarf sowie die institutionellen Voraussetzungen für die Positionierung des Fundraisings in den Gliedkirchen erkennen. Deutlich wird an dieser Stelle der Wunsch nach einem Dienstleistungszentrum für Fundraising und Stiftungswesen für Beratungs-, Koordinations- und Informationsdienste auf EKD-Ebene geäußert. Dieser Wunsch wurde von der EKD aufgenommen.

Im Herbst 2009 ging das Serviceportal Fundraising evangelisch online und ein Jahr später wurde im Auftrag der EKD die Servicestelle Fundraising und Stiftungswesen bei der Fundraising Akademie angesiedelt und personell verstärkt. Die Servicestelle ist nach einer ersten Evaluation bis Ende 2017 eingerichtet worden. Trotz intensiver Bemühungen konnte keine Kooperation mit dem Diakonischen Werk der EKD erreicht werden. Insofern sind die Angebote des Internetportals vor allem auf Kirchengemeinden ausgerichtet.

2. Besonderheiten kirchlichen Fundraisings

Aufgrund der Finanzsituation der Kirche ist die Einwerbung von Drittmitteln bereits jetzt unverzichtbar für die Zukunftsfähigkeit kirchlicher Arbeit. Kirche bewegt sich hier auf einem ihr bisher unbekanntem Konkurrenzfeld. Etablierte Nonprofit-Organisationen und zunehmend Universitäten, Schulen und Krankenhäuser werben erfolgreich Mittel ein. Diesem Wettbewerb muss sich auch die Evangelische Kirche

stellen. Kirchliches Fundraising steht hier sogar besonders auf dem Prüfstand, da auf dem Hintergrund der Kirchensteuer die Notwendigkeit der Einwerbung zusätzlicher Mittel begründet und ihr sinnvoller Einsatz nachgewiesen werden müssen. Kirchenmitglieder und Unterstützer erwarten zunehmend mehr Transparenz der kirchlichen Finanzen und legen Wert auf Effizienz und Effektivität bei der Mitteleinwerbung und -verwendung.

Noch befinden wir uns in den „fetten“ Kirchensteuerjahren, aber magere Zeiten stehen uns bevor. Die Kirche des 21. Jahrhunderts steht vor großen Herausforderungen. Lange Zeit spielte aufgrund der kontinuierlich fließenden Kirchensteuer das konkrete Einwerben finanzieller Gaben nur eine untergeordnete Rolle. In Preußen wurde die Kirchensteuer bereits 1875 und im Königreich Bayern 1912 eingeführt. Landesweit wurde für alle Religionsgemeinschaften im Status einer Körperschaft des öffentlichen Rechts die Kirchensteuer 1919 fest in der Weimarer Verfassung verankert. Seit 1949 ist die Kirchensteuer Bestandteil des Grundgesetzes.

Mit einem Anteil von ca. 70 Prozent an den Gesamteinnahmen bilden die Einnahmen aus der Kirchensteuer die unersetzliche finanzielle Grundlage unserer Kirchengemeinden, Einrichtungen und Dienste. Jedoch ist die Kirchensteuer durch die Koppelung an Lohn- und Einkommensteuer gebunden an wirtschaftliche Schwankungen und politische Gegebenheiten. Unweigerlich führen Kirchenaustritte und die demografische Entwicklung der Bevölkerung mittelfristig zu einem erheblichen Rückgang der Kirchensteuereinnahmen. Noch gehören gut 60 Prozent der Menschen in Deutschland einer der beiden großen Konfessionen an. Der Anteil derer, die keiner Kirche angehören, ist aber bereits höher als der jeweils evangelische oder katholische Anteil der Bevölkerung.

Der Anspruch, Volkskirche zu sein, erfordert die Präsenz in der Fläche. Die Finanzierung der hierfür benötigten Infrastruktur, wie beispielsweise Gebäude und Personal, wird mittelfristig eine große Aufgabe und der Aufbau von flankierenden Finanzierungssäulen für alle EKD-Gliedkirchen unerlässlich sein. Fundraising – das systematische Werben um Unterstützung, die Bindung unserer Mitglieder, die Pflege unserer Förderer und Unterstützer – kann und wird die Kirchensteuer nicht ersetzen, aber als flankierende Maßnahmen zukünftig einen immer größeren Stellenwert einnehmen.

3. Fundraising in den Gliedkirchen

3.1 Strukturelle Anbindung und personelle Ausstattung

Die EKD-Gliedkirchen haben in den letzten zehn Jahren erheblich ins Fundraising investiert. Fundraising wurde idealerweise als Stabsstelle eingerichtet, zum Teil aber auch der Finanzverwaltung oder Öffentlichkeitsarbeit zugeordnet. Personalstellen wurden vor allem auf der oberen (Landeskirche) und mittleren Ebene (Kirchenkreis, Dekanat, Kirchenbezirk) geschaffen. Die personelle Ausstattung ist dabei sehr unterschiedlich. Fast alle Gliedkirchen haben auf landeskirchlicher Ebene einen Fundraising-Beauftragten benannt, in einigen Fällen sind Fundraising-Abteilungen, Referate oder Kompetenzzentren mit mehr als zwei Fundraisern eingerichtet worden. In verschiedenen Gliedkirchen wurden daneben Fundraiserstellen auf der mittleren Strukturebene eingerichtet. Dabei handelt es sich überwiegend um zunächst befristete halbe oder ganze Stellen. Teilweise wird hier auch auf ehrenamtliches Engagement gesetzt.

Erste Gliedkirchen haben nach Laufzeiten von drei bis sechs Jahren das Fundraising auf landeskirchlicher (Bayern, Württemberg) oder Kirchenbezirks-/Dekanats-/Kirchenkreisebene (Baden) evaluieren lassen, um eine Einschätzung für das weitere Vorgehen zu bekommen.

3.2 Aus- und Fortbildung

Die flächendeckende Implementierung von Fundraising auf den verschiedenen Strukturebenen setzt umfassende Qualifizierungsmaßnahmen voraus. Fast alle Gliedkirchen fördern die Aus- und Fortbildung zur Professionalisierung der im Fundraising Tätigen. Das reicht vom zweijährigen Studiengang der Fundraising Akademie über Inhouse-Seminare, den Ausbildungsgang „Regionalreferent Fundraising“ bis hin zu Kompaktseminaren und speziellen Basiskursen für ehrenamtlich im Fundraising Tätige. Zunehmend findet Fundraising seit einigen Jahren auch Eingang in die theologische Aus- und Fortbildung (Vikarsausbildung und Fortbildung in den ersten Amtsjahren – FEA). Bei Bedarf erkundigen Sie sich bitte in Ihrer Landeskirche, welche Angebote dort bestehen.

Viele Gliedkirchen bieten inzwischen eigene Fundraising-Tage oder -Foren an (z. B. Hessen-Nassau, Hannover, Kurhessen-Waldeck) oder kooperieren diesbezüglich mit anderen Partnern (z. B. Mitteldeutschland). Diese Foren können als wichtige Motoren der Fortbildung und Vernetzung angesehen werden. Alle kirchlichen Foren inklusive der Kollekte, die von der Fachgruppe Kirche im Deutschen Fundraising Verband und der Fundraising Akademie veranstaltet wird, erfreuen sich wachsender Teilnehmerzahlen. Hier ist in den letzten zehn Jahren ein bedeutendes Netzwerk kirchlich-diakonischer Fundraiser gewachsen.

3.3 Fundraising-Software

Ein wichtiges Investitionsfeld betrifft die technischen Ressourcen. Erhebliche Mittel sind in die Auswahl und Anpassung von Fundraising-Software für den kirchlichen Bereich geflossen. Teilweise wird Unterstützung durch die landeskirchliche Fundraisingstelle geboten, in manchen Gliedkirchen ist die Anwendung der Software verbunden mit der Fundraiserstelle auf Kirchenkreis-/Dekanats- oder Kirchenbezirksebene. In einigen Gliedkirchen arbeiten die Kirchengemeinden direkt mit einer Fundraising-Software. Erläuterungen zur Arbeit mit einer speziellen Fundraising-Software finden Sie unter 2.9 Adress- und Spendenverwaltung. Vom Ansprechpartner in Ihrer Landeskirche erhalten Sie Auskunft darüber, welches System angewendet und welche Unterstützung Sie bekommen können.

3.4 Stiftungswesen

Die rasante Entwicklung des kirchlichen Stiftungswesens in den letzten zehn Jahren kommt nicht von ungefähr. Dazu haben Stiftungsinitiativen und Bonifizierungsaktionen der Kirchen einen erheblichen Beitrag geleistet. Hinter diesen Initiativen steht der Wille nach einer langfristigen Absicherung kirchlicher Arbeit, die aufgrund der demografischen Entwicklung und damit einhergehender rückläufiger Kirchensteuereinnahmen zunehmend auf verlässliche Drittmittelfinanzierung angewiesen ist.

Einige Gliedkirchen haben auf der oberen oder mittleren Strukturebene Dachstiftungen gegründet, unter denen Themen- oder Namenfonds angelegt und unselbstständige Stiftungen verwaltet werden (Württemberg, Baden). Zum Teil werden die kirchlichen Stiftungen einer Landeskirche in einem Buch vorgestellt und beschrieben (z. B. Württemberg).

Fast alle Gliedkirchen bieten neben der Stiftungsaufsicht auch umfassende und kompetente Stiftungsberatung an (z. B. Bayern oder Hannover). Bei Ihrem Ansprechpartner für Fundraising erhalten Sie auch über den Stand und die Möglichkeiten des Stiftungswesens in Ihrer Landeskirche Auskunft.

3.5 EU-Fördermittel

Zunehmend geraten die Möglichkeiten von EU-Förderungen auch in den Blick kirchlicher Mittelakquise. Die Beantragung von EU-Fördermitteln ist aufwendig. Wenn aber eine Aussicht auf Förderung besteht, sollte dieser Aufwand nicht gescheut werden, weil hierdurch der binnenkirchliche Wettbewerb entschärft und Kirchenmitglieder „verschont“ werden. Im Kompetenzzentrum Fundraising der bayrischen Landeskirche, in der Nordkirche, in der Bremischen Evangelischen Kirche, in der Lippischen Landeskirche und in der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland stehen Experten für den Bereich EU Fördermittel zu Verfügung. Auch die Diakonie verfügt über einen reichen Erfahrungsschatz, da hier schon seit Jahren EU-Fördermittel zum festen Bestandteil der Finanzierungsquellen gehören. Bei Bedarf erkundigen Sie sich bei Ihrem Ansprechpartner in der Diakonie.

Darüber hinaus bietet die EKD-Dienststelle Brüssel für alle Gliedkirchen und diakonischen Einrichtungen Schulungen, Beratung und Unterstützung für den Bereich EU-Förderpolitik. Der kostenlose Newsletter „Förderinfo Aktuell“ informiert über neue Programmausschreibungen und Veranstaltungen. Projektbeispiele helfen, die Erfolgsaussichten eigener Projekte einzuschätzen.

4. Die Servicestelle Fundraising und Stiftungswesen

Die Tätigkeitsfelder der Servicestelle Fundraising und Stiftungswesen gliedern sich in vier Aufgabenbereiche.

4.1 Informations- und Materialdienst

Der Informations- und Materialdienst findet überwiegend über die Internetplattform fundraising-evangelisch statt. Diese bietet auf über 400 Seiten Informationen zum strategischen Fundraisingaufbau und liefert Beispiele, Tipps, Muster und Checklisten für die tägliche Fundraisingarbeit. Der Menüpunkt „Grundlagen und Theologie“ nimmt sich theologischen und ethi-

schon Fragen des kirchlichen Fundraisings an. Stiftungen und Rechtsthemen haben ebenfalls einen eigenen Bereich. Ein umfangreiches Literaturverzeichnis und ein Auszug speziell für Kirchengemeinden geeigneter Literatur runden das Angebot ab. Ein kostenloser Newsletter (4- bis 5-mal jährlich) widmet sich einem Fundraisingthema und lässt dabei die Fundraiser- und Geberseite zu Wort kommen.

4.2 Fundraising-Beratung und Grundlagenarbeit

Die Fundraising-Beratung richtet sich vor allem an die Ebene der Landeskirchen. Hier geht es um Strukturberatungen bei Aufbau und Weiterentwicklung des Fundraisings. Daneben werden zunehmend Evaluationen für Landeskirchen und diakonische Einrichtungen durchgeführt und Gutachten erstellt. Weitere Angebote betreffen Projektberatung und die Entwicklung individueller Konzepte (z. B. für die Weiterentwicklung von Stiftungen). Daneben werden Seminare und Themen-Workshops (z. B. Erbschaftsfundraising im kirchlichen Kontext) auch für Kirchenkreise und kirchliche Einrichtungen durchgeführt.

Es ist erforderlich, kirchliches Fundraising als Querschnittsaufgabe ins Bewusstsein von Kirchengemeinden zu rücken und seine Verknüpfung mit dem kirchlichen Auftrag deutlich zu machen. Dazu beitragen soll die theologische Grundlagenarbeit, die auf die Stärkung des evangelischen Profils und die theologische Akzeptanz des Fundraisings abzielt. Theologische Studien- und Fachtage sowie die Publikationsreihe „Fundraising Studien“ (Lit-Verlag) greifen Fragestellungen zur Theologie der Gabe auf.

4.3 Koordinations-, Vernetzungs- und Serviceleistungen

Die Servicestelle koordiniert die Netzwerktreffen der Fundraising-Beauftragten der EKD-Gliedkirchen, ist beteiligt an Fundraising-Foren und an der Organisation und inhaltlichen Gestaltung der Kollektas, einer Fundraising-Tagung für Kirche und Diakonie. Hier werden gemeinsame Auftritte der Fundraising-Beauftragten beim Kirchentag geplant und organisiert. Die Servicestelle hält über die Fachgruppe Kirche und den Ethikausschuss Kontakt zum Deutschen Fundraising Verband sowie zum Deutschen Spendenrat. Regelmäßig wird ein Artikel zum Fundraising im Magazin und Onlineportal „Gemeindebrief“ veröffentlicht. Eine

enge Kooperation besteht zur Relaisstation Öffentlichkeitsarbeit.

4.4 Operative Begleitung bei der Umsetzung von Fundraisingmaßnahmen

Infolge der hohen Professionalisierung des Fundraisings in den Gliedkirchen besteht wenig Bedarf an der Begleitung operativer Fundraisingmaßnahmen. Derzeit plant und organisiert die Servicestelle eine Spendenkampagne zur Generalsanierung der Stadtkirche in Wittenberg zum Reformationsjubiläum 2017.

5. Trends und Entwicklungen des kirchlichen Fundraisings

Durch die regelmäßigen Treffen der Fundraising-Beauftragten der Gliedkirchen konnte ein Netzwerk aufgebaut werden, das positive Auswirkungen auf das gesamte evangelische Fundraising hat. Beim Kirchentag 2013 in Hamburg finden sich erstmals die Fundraiser aus den Gliedkirchen unter dem Label „Fundraising evangelisch“ an einem großen Kooperationsstand auf dem Markt der Möglichkeiten zusammen. Auch der vorliegende Arbeitsordner ist ein Ergebnis gelungener Kooperation.

Durch zunehmende Professionalisierung und Erfahrung wird kirchliches Fundraising verstärkt als Querschnittsaufgabe wahrgenommen. Das zeigt sich auch in strukturellen Veränderungen. In Hannover und Württemberg ist das Fundraising mit der Öffentlichkeitsarbeit verbunden. Die Evangelische Kirche in Hessen und Nassau hat ein Referat Fundraising und Mitgliederorientierung eingerichtet. In Kurhessen-Waldeck und Baden liegt die Anbindung beim Finanzwesen. Das Kompetenzzentrum Fundraising der bayrischen Landeskirche sieht sich in enger Verknüpfung mit dem Bereich Gemeindeaufbau. Aus solchen unterschiedlichen strukturellen Anbindungen mögen sich in Zukunft auch unterschiedliche Ausrichtungen des Fundraisings ergeben.

Weiterführende Links:

www.fundraising-evangelisch.de



Ansprechpartner in den EKD-
Gliederkirchen:
[www.fundraising-evangelisch.info/
partner-in-ihrer-naeche](http://www.fundraising-evangelisch.info/partner-in-ihrer-naeche)



Informationen zum Softwarestand
in den EKD-Gliederkirchen:
[http://www.fundraising-
evangelisch.info/praxistipps/
database-fundraising](http://www.fundraising-evangelisch.info/praxistipps/database-fundraising)



Servicestelle EU-Förderpolitik und
-projekte von EKD und Diakonie:
christoph.schnabel@ekd.eu



Beispiele erfolgreicher
EU-Projekte:
[www.ekd.de/bevollmaechtigter/
bruessel/foerderservice/
projektbeispiele.php](http://www.ekd.de/bevollmaechtigter/bruessel/foerderservice/projektbeispiele.php)



1.5 Trends auf dem deutschen Spendenmarkt

Um eine grundsätzliche Einschätzung für eigene Fundraisingaktionen zu erhalten, ist es sinnvoll, den Spendenmarkt zu beobachten und Trends wahrzunehmen. Wichtige Anregungen gibt es auch durch die Berücksichtigung der Aktivitäten der (direkten) Konkurrenz. Dabei sollten wesentliche Erfolgsfaktoren in ihrem Kontext ermittelt werden, um nicht auf falsche Spuren zu gelangen.

Spender bei über 60 Prozent. Allerdings spenden sie nicht nur für kirchliche Zwecke. Während die Gesamtzahl der Spendenden eher rückläufig ist, erhöht sich die Pro-Kopf-Spende seit vielen Jahren kontinuierlich. Wer spendet, tut dies zunehmend häufiger. Über ein Drittel aller Spender spendet mindestens an zwei Organisationen. Die Spendenbereitschaft erhöht sich signifikant

bei Katastrophen, die durch das Fernsehen vielfältig und emotional vermittelt werden.

Die Spendenbereitschaft bei verheirateten Menschen aus den alten Bundesländern über 65 Jahren und einem Jahreseinkommen über 50.000 Euro ist am größten. Frauen spenden eher als Männer. Wer regelmäßig spendet, gibt auch höhere Beträge.

Den größten Anteil des gesamten Spendenvolumens erbringen Menschen, die älter als 60 Jahre sind. Ältere Menschen werden aber zunehmend zurückhaltender beim Spenden, da sie mit größeren Aufwendungen für ihre Altersversorgung und besonders für intensive Pflegesituationen rechnen. Von den jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren spendet jeder fünfte.

Menschen, die Zeit spenden, sind auch auf finanzielle Zuwendungen ansprechbar. Abgesehen von der Katastrophenhilfe spenden die meisten Menschen für kirchliche und soziale Projekte. Etwa 80 Prozent der Spenden werden für Menschen gegeben. Kunst und Bildung profitieren stärker von Großspenden. Der Tierschutz und der Umweltschutz legen bei den Spenden zu.

Mehr als die Hälfte der Spenden werden durch Spendenbriefe (Mailings) eingeworben. Danach kommen kirchliche Spendenaufrufe und Spenden-Galas im Fernsehen. Sehr beliebt sind Anlassspenden. Noch immer wird das größte Spendenaufkommen im November/Dezember erzielt. In diesen Monaten wird rund ein Fünftel des gesamten Spendenaufkommens erreicht.

Bei Onlinespenden liegt der Durchschnittsbetrag bei etwa 50 Euro. Allerdings wird diese Möglichkeit bisher wenig genutzt. Der Anteil der online gespendeten Beträge macht lediglich 1 bis 2 Prozent des gesamten Spendenvolumens aus. Online-Fundraising ist vor allem in der Katastrophenhilfe erfolgreich. Bei der Einbindung von Sozialen Netzwerken in Fundraisingaktivitäten gibt es neben der Skepsis in einigen Zielgruppen auch datenschutzrechtliche Probleme.

1. Allgemeine Daten und Fakten

Das Netto-Geldvermögen der Bundesbürger beträgt ca. 4 bis 5 Billionen Euro. Pro Jahr werden etwa 4 Milliarden Euro von Privatpersonen gespendet. Bei den Steuererklärungen wird im Durchschnitt 1 Prozent des Einkommens als Spende abgesetzt. Damit bleiben die Steuervergünstigungen des Staates weitgehend ungenutzt, denn 20 Prozent des Einkommens können steuerlich geltend gemacht werden. Zuwendungen an Stiftungen haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Die durchschnittliche Höhe einer Erbschaft hat sich auf ca. 300.000 Euro entwickelt.

Jährlich werden in Deutschland rund 800 selbstständige Stiftungen gegründet. Hinzu kommt noch eine unbekannte Anzahl von nichtselbstständigen Stiftungen. Eine Großzahl der Stiftungen wird inzwischen von Nonprofit-Organisationen gegründet, um ein zusätzliches Fundraisinginstrument und ein Auffangbecken für Erbschaften im Angebot zu haben. Erbschaften und Vermächtnisse werden gerne in Stiftungen gegeben.

Die Förderungen aus Stiftungserträgen, Fonds und staatlichen Sonderfördermitteln belaufen sich jährlich auf über 20 Milliarden Euro.

2. Spenderverhalten

Bisher konnten wenige große spendensammelnde Organisationen ca. 80 Prozent der Spenden einwerben. Der Trend geht jedoch zu lokal und regional agierenden Organisationen und Einrichtungen. Darin liegen große Chancen des kirchlichen Fundraisings. Gleichzeitig hat der Wettbewerb um die Gunst der Spender deutlich zugenommen.

Pro Jahr spenden 35 bis 40 Prozent der Menschen in Deutschland für gemeinnützige Projekte. Bei konfessionell gebundenen Menschen liegt der Anteil der

Entgegen früherer Vermutungen ist die Bereitschaft zur Zahlung von Mitgliedsbeiträgen in der Bevölkerung bisher nicht rückläufig. Aber auch hier ist durch zahlreiche Fördervereine (Kindergärten, Schulen, Sport, Kultur) die Konkurrenz wesentlich größer geworden.

Menschen geben gerne, wenn der Zweck anschaulich vermittelt wird. Dies trifft auch für die Kollekten in Gottesdiensten zu. Durch abnehmende Zahlen bei den Kirchenmitgliedern ist in Zukunft eher mit geringeren Kollektenerträgen zu rechnen. Menschen spenden für Menschen. Es ist sinnvoll, bei der Darstellung von Spendenprojekten die begünstigten Personen in den Vordergrund zu stellen. Wer eine inspirierende Vision hat und diese vermitteln kann, bekommt auch die nötige Unterstützung.

Fundraisingaktivitäten müssen auf dauerhafte Spenderbeziehungen ausgerichtet sein. Fundraising wird in den kommenden Jahren bei vielen kirchlichen und diakonischen Einrichtungen weiter an Bedeutung gewinnen, aber aufgrund der vorhandenen Kirchensteuereinnahmen keine zentrale Rolle spielen.

Daten zu Entwicklungen auf dem Spendenmarkt werden jährlich von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und TNS Infratest erhoben und teilweise veröffentlicht. Bei Erhebungen von Agenturen ist Vorsicht geboten, da sie oftmals interessegeleitet sind.

Weiterführende Links:

CharityScope:
www.gfkps.com



Sozialmarketing:
www.tns-infratest.com

