

Arndt E. Schnepfer
Andreas A. Junge

Geld für Gott

Das Fundraising-Buch für Kirche und Gemeinde

SCM R.Brockhaus

© 2008 R.Brockhaus im SCM-Verlag GmbH & Co. KG, Witten

Die zitierten Bibeltexte ohne Quellenangabe sind entnommen aus: Gute Nachricht Bibel, revidierte Fassung, durchgesehene Ausgabe in neuer Rechtschreibung,

© 2000 Deutsche Bibelgesellschaft, Stuttgart.

Alle anderen Zitate sind entnommen aus:

Lutherbibel, revidierter Text 1984,

durchgesehene Ausgabe in neuer Rechtschreibung,

© 1999 Deutsche Bibelgesellschaft, Stuttgart.

Fotos: Fotolia.de; pixelio.de; MEV; project photos

Illustrationen, Gestaltung und Satz:

Andreas Junge, Witten

Druck und Bindung: FINIDR s.r.o., Tschechien

ISBN 978-3-417-26265-0

Bestell-Nr. 226.265

Das Modell: Der Fundraising-Baum

„Wer heute einen Baum pflanzt, kann nicht davon ausgehen, dass er morgen in seinem Schatten sitzen kann.“

Antoine de Saint-Exupéry

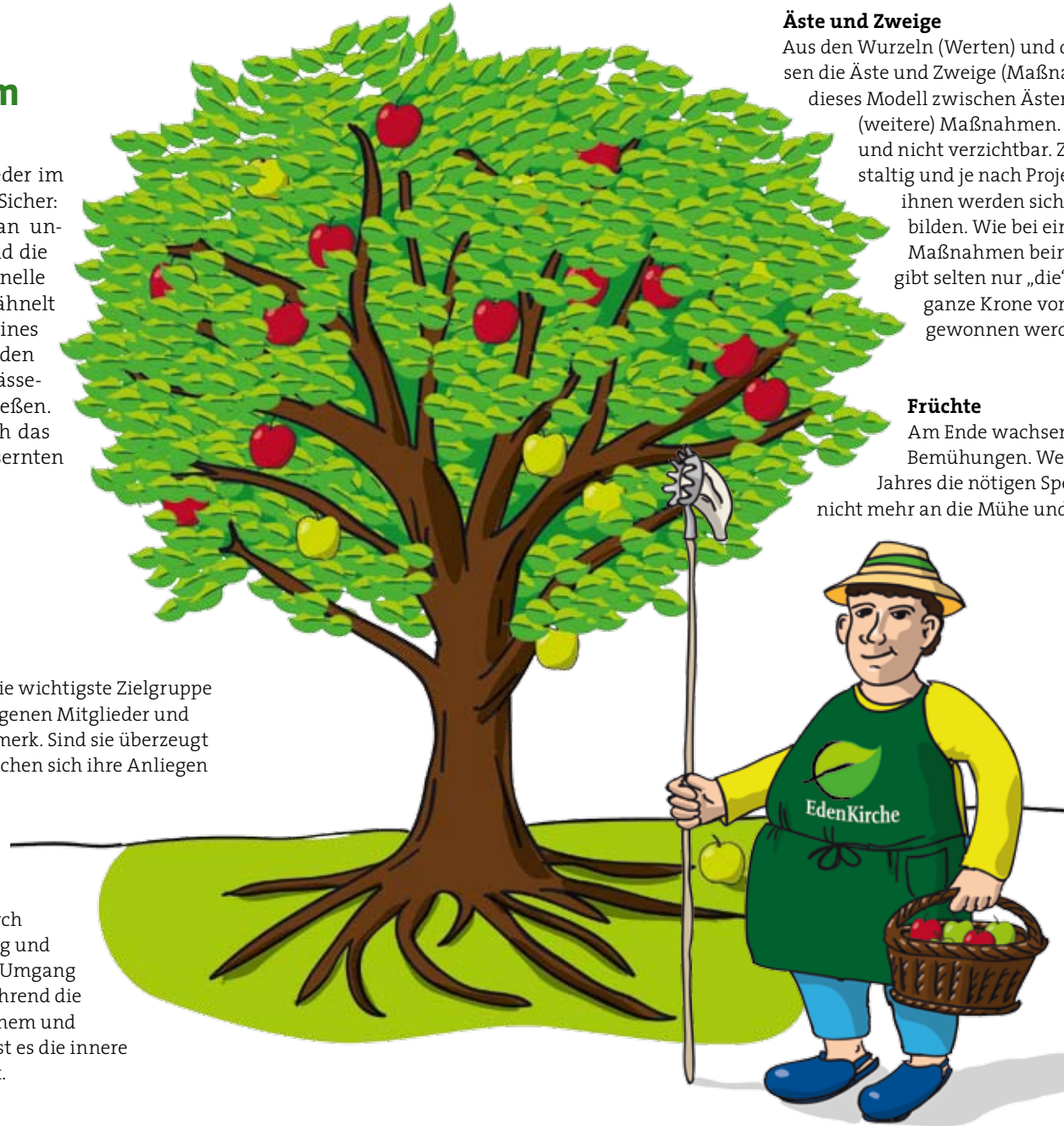
Das Geld liegt nicht auf der Straße. Weder im privaten Leben noch beim Fundraising. Sicher: Es gibt wohl solche Momente, wo man unverhofft auf eine reiche Quelle stößt und die Spenden nur so sprudeln. Doch das „schnelle Geld“ ist eher die Ausnahme. Meistens ähnelt das Fundraising dem Wachstum eines Baumes: Man sät einen Samen, gräbt den Boden um, sorgt für Sonne und Bewässerung – und kann später die Früchte genießen. Das erfordert oft Zeit und Geduld. Auch das Aushalten von Rückschlägen und Missernten gehört dazu.

Ein gesunder Stamm

Ob große Kirche oder kleine Gemeinde – die wichtigste Zielgruppe des Fundraisings sind in erster Linie die eigenen Mitglieder und Freunde. Auf ihnen liegt das Hauptaugenmerk. Sind sie überzeugt und motiviert, werden auch weitere Menschen sich ihre Anliegen zu eigen machen.

Tief verwurzelt

Christliches Fundraising zeichnet sich durch biblische Werte aus. Sie prägen die Haltung und Ziele der Fundraiser, sie bestimmen ihren Umgang mit den Spenden und ihren Spendern. Während die Methoden und Maßnahmen von christlichem und säkularem Fundraising oft ähnlich sind, ist es die innere Verwurzelung, die den Unterschied macht.



Äste und Zweige

Aus den Wurzeln (Werten) und dem Stamm (Gemeinde) erwachsen die Äste und Zweige (Maßnahmen). Dabei unterscheidet dieses Modell zwischen Ästen (erste Maßnahmen) und Zweigen (weitere) Maßnahmen. Erste sind in aller Regel ein Muss und nicht verzichtbar. Zweite sind dagegen flexibel vielfältig und je nach Projekt und Situation anwendbar. An ihnen werden sich später auch die Früchte (Finanzen) bilden. Wie bei einem richtigen Baum sind die Maßnahmen beim Fundraising oft vielfältig. Es gibt selten nur „die“ Maßnahme, es ist viel öfter eine ganze Krone von Zweigen, wodurch die Erträge gewonnen werden.

Früchte

Am Ende wachsen die Früchte. Sie sind das Ziel aller Bemühungen. Wer das Glück kennt, am Ende des Jahres die nötigen Spenden erhalten zu haben, denkt nicht mehr an die Mühe und die Anstrengung. Er ist zufrieden.

Die Ernte

Wachstum kann man nicht „machen“, es bleibt ein Geheimnis. Auch christliches Fundraising bleibt in einer permanenten Abhängigkeit gegenüber Gott. Die Ernte ist immer ein Geschenk und nichts Selbstverständliches. Aber wir können wichtige Voraussetzungen schaffen, so dass Wachstum möglich wird.



Zehn Fragen zum Fundraising

Frage 1: Warum wird der Begriff „Fundraising“ nicht übersetzt?

Zugegeben: Wenn es ginge, wäre das englische Wort „Fundraising“ schon längst übersetzt worden. Aber bisher scheiterten alle Versuche. Die Liste der Versuche ist enorm: Spendensammeln, Spendenwerbung, Spendenbeschaffung etc. Aber keiner der Begriffe besaß scheinbar die Ausstrahlung wie „Fundraising“. Nehmen wir dieses Wort also so an wie schon viele andere eingewanderten Wörter der deutschen Sprache. Als Leihgabe unserer englischen Nachbarn bedeutet es schlicht die Beschaffung von Kapital (fund – Kapital, to raise – beschaffen, aufbringen). Der Vollständigkeit halber sei darauf hingewiesen, dass es sich bei diesem Kapital wohl in erster Linie um Geldspenden, aber ebenso um Sach- oder Zeitspenden handeln kann.

Frage 2: Kann man Fundraising lernen?

Ja, ganz bestimmt. Wer heute Fundraising-Bücher zur Hand nimmt oder Fundraising-Kongresse besucht, gewinnt manchmal den Eindruck, hier handele es sich um eine Art Geheimwissenschaft. Das Gegenteil ist der Fall. Die Geschichte des Spendensammelns zeigt deutlich, dass nicht das große Wissen von akademischen Fachbegriffen erfolgreich macht. Vielmehr zählen am Anfang Vision, persönliche Überzeugung und der Mut zu fragen. Und das gelingt nur bedingt durch Studium, sondern vor allem durch Erfahrung. Deshalb ist auch dieses Buch kein Zauberschlüssel. Es kann Ihnen aber wichtige Einsichten vermitteln, die Sie dann praktisch umsetzen können. Denn viele Menschen – mehr als wir meistens für möglich halten – sind gerne bereit zu geben. Es fehlt oft nur jemand, der ihnen eine passende Möglichkeit eröffnet.

Frage 3: Ist es seriös, um Geld zu bitten?

Sicher: Es gibt eine Art, Spenden zu sammeln, die entwürdigend ist. Hierzu zählt jede Form von Betteln. Wer bettelt, tut dies entweder aus großer Not oder weil er nicht willens ist, für sich selbst zu sorgen. Fundraising ist aber keine „Bettelei“, sondern eine „Beziehung“ zwischen gleichgesinnten Partnern. Also: Die Not der Welt oder in der kleinen Nachbarschaft ist oft groß. Um hier Abhilfe zu schaffen, schließen sich die Menschen zusammen. Die einen informieren über die Zustände und erstellen Lösungspläne, die anderen stellen die notwendigen Finanzen



**Fundraising:
Nicht betteln, sondern
der Bau und die Pflege
guter Beziehungen**

zur Verfügung. Deshalb: Es ist nicht nur anständig, um Geld zu bitten, es ist sogar dringend erforderlich.

Frage 4: Spenden die Leute nicht schon genug? Warum dann noch Fundraising?

Das Bild, das die Deutschen beim Spenden geben, ist widersprüchlich. Einerseits ist es erwiesen, dass sie bei großen Katastrophen wie etwa dem Tsunami 2004 spontan viele Gelder bereitstellen. Andererseits fallen sie im internationalen Vergleich weit ab. Eine Erhebung ergab: Die US-Amerikaner spenden durchschnittlich mehr als doppelt so viel wie die Deutschen. Hier sind allerdings die kulturellen Unterschiede zu berücksichtigen. So ist das System der sozialen Wohlfahrt in den USA eher schwach ausgebildet und wird durch private Fürsorge aufgefangen. Auch eine staatlich unterstützte Kirchensteuer gibt es nicht. Aussagekräftiger ist deshalb ein europäischer Vergleich. Doch auch hier belegen die Deutschen nur das magere Mittelfeld. Während die Ungarn, Griechen, Italiener und Polen am wenigsten geben, belegen die Niederländer, Skandinavien und Briten die Spitzenplätze. Auf den Punkt gebracht: Die Deutschen geben wohl einiges, aber „Spendenweltmeister“ sind sie noch lange nicht.

Frage 5: Ist Fundraising eine moderne Sache?

Ein Blick zurück ins 19. Jahrhundert zeigt die enormen Möglichkeiten des freiwilligen Spendens. Es ist die Zeit, in der durch die Industrialisierung erstmals größere Bevölkerungsgruppen zu Wohlstand gelangen. Gleichzeitig wachsen politisches Bewusstsein und soziale Verantwortung. Alle diese Faktoren fördern eine große Freigiebigkeit unter den Bürgern. Waren es früher fast nur die kirchlichen oder karitativen Zwecke, für die gespendet wurde, so werden nun auch Wissenschaft und Kultur kräftig unterstützt. Einen Höhepunkt des deutschen Fundraisings bildet die Gründung der Frankfurter Universität im Jahr 1914. Durch das Zusammenführen bestehender Stiftungen und intensives Spendenwerben in der Frankfurter Bürgerschaft kommt am Ende die für damalige Verhältnisse fantastische Summe von 20 Millionen Mark zusammen.

Frage 6: Wofür spenden die Deutschen am liebsten?

Es ist offensichtlich: Am meisten und schnellsten geben die Bundesbürger für humanitäre Zwecke. Dazu zählen Katastrophenhilfen, Behinderten- und Krankenhilfe und Entwicklungshilfe. Rund 80 Prozent macht das im jährlichen deutschen Spendenkuchen aus. Umweltschutz, Tierschutz und Kulturhilfen rangieren jeweils zwischen zwei und fünf Prozent. Diese Zahlen sollte

man sich vergegenwärtigen, wenn man einen Spendenaufruf plant. Viele Menschen möchten lieber akute Not lindern, als weitsichtig in die Zukunft zu investieren, indem sie etwa Schulen oder die Forschung unterstützen. Aber es gibt auch andere Beispiele: Berühmt ist hier der Wiederaufbau der im Zweiten Weltkrieg zerstörten Dresdner Frauenkirche. Mit der Grundsteinlegung flossen Spenden in nicht erwartetem Ausmaß. Rund zwei Drittel der Baukosten in Höhe von 179 Millionen Euro wurden aus Spenden finanziert. Ein wichtiges Fundraising-Instrument war dabei der so genannte „Stifterbrief“ in Werten zwischen 250 und 10.000 Euro, womit etwa 75 Millionen Euro gewonnen wurden.

Frage 7: Gibt es biblische Beispiele für Fundraising?

Mehr, als man denkt. Gerade das Alte Testament ist ein Dokument zahlreicher „Fundraising-Aktionen“: Im 1. Buch Mose bittet Mose das Volk Israel um eine freiwillige Spende für die „Stiftshütte“, also das „heilige Zelt“, wo Gott dem Volk während der Wüstenwanderung erschienen ist (1. Mose 25,1–9). Das Erste Chronikbuch berichtet von dem Spendenaufruf des Königs David, damit in Jerusalem der Tempel erbaut werden kann (1. Chronik 29,1–19). Im Zweiten Chronikbuch wird erzählt, wie König Joasch die erste Spendenbox aus Holz fertigen lässt, um den Israeliten das Geben zu erleichtern (2. Chronik 24,4–13). Es ist

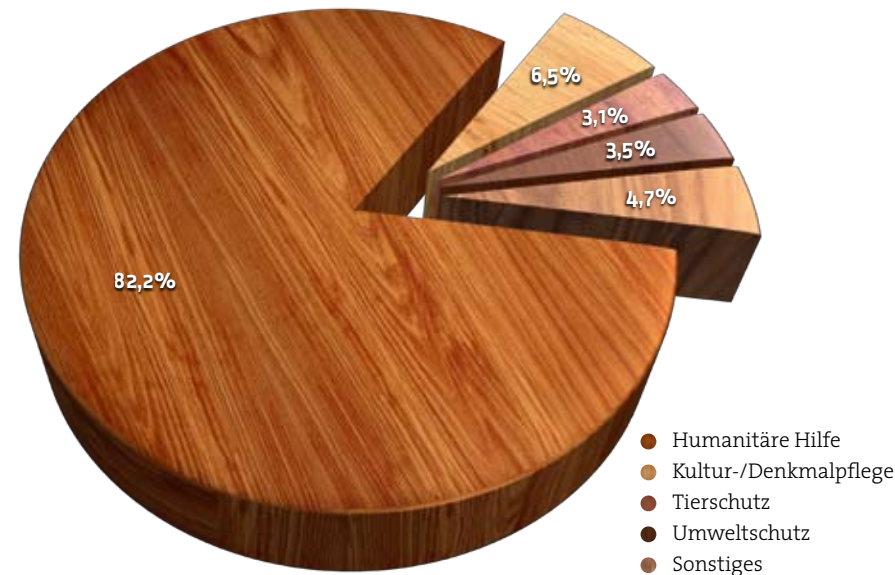


Das Alte Testament ist ein Dokument zahlreicher „Fundraising-Aktionen“.



Es ist nicht nur anständig, um Geld zu bitten, es ist sogar dringend erforderlich.

So spenden die Deutschen



**Die Dresdener Frauenkirche:
Am 30. Oktober 2005 war es
soweit. Die Dresdener Frauen-
kirche konnte neu eingeweiht
werden. Das geschah dank der
enormen Spendenbereitschaft
vieler Bürger.**



der Prophet Maleachi, der das Spenden für den Tempel und die Priester mit der Zusage des göttlichen Segens verknüpft: „Bringt den zehnten Teil eurer Erträge unverkürzt zu meinem Tempel, damit meine Priester nicht Hunger leiden. Habt keine Sorge, dass ihr dann selber in Not kommt! Stellt mich auf die Probe, macht den Versuch, ob ich dann nicht die Fenster des Himmels öffne und euch mit Segen überschütte“ (Maleachi 3,10). Aber das Alte Testament zeigt auch schon die möglichen Gefahren des Fundraisings auf: Als warnendes Beispiel werden die Söhne des Priesters Eli genannt, die die Spenden des Volkes für sich selber missbrauchen (2. Samuel 2,27–31).

Frage 8: Gab es Fundraising auch schon früher in der Kirche?
So alt die Kirche Jesu ist, so lange gibt es auch schon die Spendenwerbung. Den Startschuss markiert der Apostel Paulus mit seiner Kollekte für die verarmte Gemeinde in Jerusalem. Unermüdlich bittet er die neu gegründeten Gemeinden in Kleinasien, den Christen der ersten Gemeinde finanziell zu helfen. Insbesondere das Mittelalter ist ein beredtes Zeugnis für das christliche Fundraising. Viele Kathedralen und Klöster, die wir heute noch bewundern, wachsen mit Hilfe von Spenden in den Himmel.

Kirchliche Schulen und Universitäten werden durch freiwillige Gaben finanziert. Doch wo viel Licht ist, fehlt auch der Schatten nicht. Es sind die unerträglichen Fundraising-Aktionen zum Bau des Petersdomes in Rom, die die Reformation auslösen. „Sobald das Geld im Kasten klingt, die Seele aus dem Fegefeuer springt“, soll der Spendeneintreiber Johann Tetzel gerufen haben, um die Gebefreudigkeit anzuheizen. Martin Luther tritt ihm mit seinen 95 Thesen entgegen und fragt öffentlich: „Warum baut der Papst, der heute reicher ist als der reichste Crassus, nicht wenigstens die eine Kirche St. Peter lieber von seinem eigenen Geld als dem der armen Gläubigen?“

Frage 9: Was macht christliches Fundraising aus?

In vielen Aspekten gibt es keine Unterschiede zwischen der Spendenwerbung von Kirchen und Gemeinden und anderer Gruppen. Fundraising-Instrumente wie Spenderbriefe und sorgfältige Planung findet man auf beiden Seiten. Entscheidend ist jedoch die Haltung. Christliches Fundraising zeichnet sich durch die Menschen aus, die es ausüben, nämlich Christen. Wie das Modell des „Fundraising-Baums“ zeigen wird, sind es besondere christliche Werte und Einstellungen, die das christliche Fundraising unverwechselbar machen.

Frage 10: Welche Zukunft hat das Fundraising?

Ein äußerer Grund, warum sich Kirchen, Gemeinden und christliche Gruppen mit Fundraising in Zukunft immer intensiver beschäftigen werden, ist das wirtschaftliche Umfeld. Der Staat zieht sich notgedrungen aus Feldern zurück, wo nun die private Verantwortung gefragt ist. Ebenso verlieren die evangelischen und katholischen Landeskirchen zunehmend ihre Kirchensteuern. Alternative Finanzierungswege sind hier dringend gefragt. Christliches Fundraising ist aber auch mit einer zutiefst geistlichen Fragestellung verbunden. Die Frage ist nämlich, welches Kriterium für unsere Pläne und Ausgaben entscheidend ist: Richten wir uns ausschließlich nach den vorhersagbaren Spenden und Einnahmen? Oder gestalten wir unsere Ausgaben unserem christlichen Auftrag entsprechend? Wer zweites bejaht, wird sich mit großem Elan dem Fundraising widmen. Denn es gilt ja, Gottes Ziele in der Welt umzusetzen und dafür die nötigen Mittel einzubringen. Als ermutigendes Vorbild kann hier das Impulspapier „Kirche der Freiheit“ der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) von 2006 gelten. Bis zum Jahr 2030 soll neben der Kirchensteuer das Fundraising als eine zweite Säule zur Finanzierung der kirchlichen Aufgaben etabliert werden. Bis dahin sollen diese zusätzlich eingeworbenen Mittel 20 Prozent aller Einnahmen der evangelischen Kirche ausmachen.



**So alt die Kirche
Jesu ist, so
lange gibt es
auch schon die
Spendenwerbung.**