

»Wer reichlich sät, wird reichlich ernten«:

Fundraising

Wie in der Landwirtschaft wird beim Fundraising erst etwas investiert, um anschließend einen guten Ertrag zu erwirtschaften. Deshalb gilt für Fundraiser: Menschen gewinnen – Beziehungen pflegen – Spenden einwerben!

Fundraising ist im kirchlichen Zusammenhang eigentlich nichts Neues. Alle Gemeinden tun es schon. Sie sammeln Kollekten, informieren in Gemeindebriefen über aktuelle Projekte und kümmern sich um viele Ehrenamtliche, die ihre Zeit der Kirche widmen. Fast wörtlich übersetzt heißt Fundraising: Mittel beschaffen oder Ressourcen erhöhen.

Sogar die Bibel spricht schon vom Spendensammeln. *»Denn nach Kräften, das bezeuge ich, und sogar über ihre Kräfte haben sie willig gegeben und haben uns mit vielem Zureden gebeten, dass sie mithelfen dürften an der Wohltat und der Gemeinschaft des Dienstes für die Heiligen ...«*

(Die Geldsammlung für die Gemeinde in Jerusalem, 2. Korinther 8, 3f). Damit war Paulus wohl der erste Fundraiser der Christen.

Landläufig wird Fundraising mit dem Einwerben von Spenden gleichgesetzt. Viele empfinden es als Betteln und wollen nicht dem ›Mammon‹ dienen. Aber Fundraising ist anders: Es geht dabei um den gezielten Aufbau und die Pflege einer dauerhaften und möglichst individuellen Beziehung zwischen der Kirchengemeinde und ihren Mitgliedern bzw. Förderern.

Beziehungsarbeit und Mitgliederorientierung

Fundraising setzt eine Beziehungskultur voraus. Es ist Kommunikation, Gespräch, Bitte, Beziehungsarbeit. Wobei Beziehungsarbeit bedeutet, auf einen Menschen direkt zuzugehen, mit ihm gemeinschaftliche Erlebnisse zu schaffen und Gemeinsamkeiten herzustellen. Dabei ist der Wechsel des Blickwinkels maßgebend. Weg von dem Blick auf die Defizite in der Gemeinde hin zu den Wünschen und Bedürfnissen der Menschen im Umfeld. Ist es wirklich wichtig, dass die Gemeinde eine neue Orgel bekommt oder ist es sinnvoller, in ein neues Gemeindehaus oder einen Erweiterungsbau beim Kindergarten zu investieren? Spielt die Kirchenmusik für die Mitglieder eine große Rolle oder ist das soziale Engagement der Kirchengemeinde gefragt? Oder ist beides nötig und durchführbar? Der Blick im Fundraising öffnet sich auf die beteiligten und noch nicht beteiligten, eventuell sogar unbekannt Menschen im Umfeld der Kirchengemeinde. Mitgliederorientierung ist ein neues Stichwort in der Gemeindeentwicklung. Nur durch diese Öffnung und Horizonterweiterung kann Fundraising gelingen.

»Der Blick im Fundraising öffnet sich auf die beteiligten und noch nicht beteiligten Menschen im Umfeld der Kirchengemeinde. Mitgliederorientierung ist ein neues Stichwort in der Gemeindeentwicklung.«



Voraussetzungen

Somit sind die Kommunikation mit den Mitgliedern, die Beziehungsarbeit und die Mitgliederorientierung die ersten Voraussetzungen für professionelles Fundraising.

Wichtig ist auch das Thema Transparenz. Wenn die Mitglieder wissen, wie es im kirchlichen Haushalt aussieht (am besten leicht verständlich erklärt), wo gespart werden muss oder warum das neue Dach nicht einfach so finanziert werden kann, sind sie eher bereit zu helfen. Transparenz gilt aber nicht nur für den finanziellen Bereich. Auch Entscheidungen, die der Kirchengemeinderat trifft, sollten allen Interessierten zugänglich und verständlich sein. Weitere Bedingungen sind, Veränderungen vorzunehmen und anzunehmen. Die Kirchengemeinde wird sich mit gezieltem Fundraising wandeln. Sind alle Beteiligten bereit, dies zu akzeptieren und sogar voranzutreiben – oder soll alles so bleiben wie bisher?

Fundraising braucht auch Geld und Zeit, um genau dieses später wieder einzubringen. Sollen also für das neue Dach 50.000 Euro eingeworben werden, können ca. 5.000 Euro (10 Prozent) an Kosten erst einmal anfallen, zum Beispiel für Porto, Druckkosten, Grafikerhonorare und Verpflegung der Spender bei Dankfesten.

Die wichtigste Voraussetzung für gutes Fundraising ist allerdings eine innere zugewandte Haltung. Fundraiser sollten neugierig sein auf ihr Gegenüber und offen und authentisch agieren. Was bewegt den anderen Menschen? Wofür und warum brennt sein Herz? Was findet er an der Kirchengemeinde gut? Was würde sie gerne verändern? Diese Fragen sind für eine Fundraiserin essentiell. Nur so können die geplanten Maßnahmen wirklich etwas einbringen.

Strategisches Fundraising

Um Fundraising in einer Kirchengemeinde zu starten oder zu professionalisieren, ist es wichtig, strategisch vorzugehen. Also nicht einfach mal so einen Sponsorenlauf initiieren oder im Gemeindebrief einen Spendenaufruf starten, sondern im Vorwege alles gut durchdenken und gemeinsam planen. Idealerweise bildet der Kirchengemeinderat ein Fundraising-Team, dem nicht nur Mitglieder angehören sollten. Ziele werden festgelegt, ein Projektplan entworfen und Maßnahmen überlegt und durchgeführt. Dies können ein klassischer Spendenbrief sein oder ein Aufruf im Gemeindebrief, der schon erwähnte Sponsorenlauf oder ein Benefizkonzert. Auch der Verkauf von Produkten, die zum Projekt passen, ist denkbar.

»Danke«-sagen, immer wieder und mit den Spendern im Gespräch bleiben, ist eines der wertvollsten Fundraising-Instrumente überhaupt. In der Fundraising-Szene spricht man davon, dass man »Danke« sagen soll bevor die Sonne sinkt. Dazu zählt auch der Dank an die Kirchensteuerzahler. Diese sind sozusagen Dauerspender und somit die wichtigsten für die Kirchengemeinden überhaupt. Warum nicht mal allen Mitgliedern und vor allem allen Kirchensteuerzahlern einen freundlichen Brief als Dankeschön schreiben oder zu Weihnachten eine nette Postkarte? Dies wäre doch ein guter Start in das Fundraising Ihrer Kirchengemeinde!

Unterstützung und Beratung finden Sie unter
www.fundraising-nordkirche.de

– Christine Matzen

»Menschen gewinnen
– Beziehungen
pflegen – Spenden
einwerben!«

