

Fundraising in Kirchengemeinden

Über Fundraising zu sprechen ist nicht einfach. Die Menschen haben falsche Vorstellungen. Unter anderem – aber nur unter anderem - hat Fundraising etwas mit Geld zu tun. Wenn wir über Fundraising sprechen, dann sprechen wir über **das Geben**. Wir machen den Fehler, dass wir uns auf das Nehmen stürzen. Fundraising ist mehr als Mittelbeschaffung und Spendeneinsammeln. Es ist ein **Entwicklungsprozess**, für den der Boden bereitet werden muss, und es ist nachhaltig. Spendeneinsammeln hat nichts mit Fundraising zu tun.

Worauf lassen sich die Kirchengemeinden ein?

- Fundraising ist mehr als Mittelbeschaffung und Spendeneinsammeln. Fundraising motiviert und überzeugt Menschen, es weckt die Bereitschaft zum solidarischen Handeln.
- Wer Erfolg im Fundraising haben möchte muss wissen, dass oft genug Emotionen und nicht Tatsachen die Entscheidung von Gebern und Geberinnen beeinflussen. **Was das Herz nicht will, geht in den Kopf nicht hinein.**
- An erster Stelle im Fundraising steht nicht das Geld, sondern die Vision, Identität und Arbeit der Organisation.
- Fundraising ist eine unternehmensstrategische Entscheidung, die alle Bereiche der Kirchengemeinde betreffen.
- Unternehmensziele und Unternehmenskultur haben Gedanken, Vorstellungen und Wünsche der Geber und Geberinnen zu respektieren.
- Führungs- und Finanzstrukturen, Fundraising-Maßnahmen und Projekte sind permanent und verstehbar auf Spender-Niveau zu kommunizieren.

Im Fundraising steht nicht die Spende, sondern der Respekt vor der Entscheidung und den Wünschen der Spendenden im Vordergrund. Deshalb: wer Fundraising erfolgreich in seiner Kirchengemeinde gestalten will, sollte sich an die zehn Voraussetzungen für das Fundraising halten.

1. Fundraising braucht eine neue Kultur des Gebens

Zu einer neuen Kultur des Gebens gehören aber auch Glaubwürdigkeit und gläserne Taschen. Wer im Fundraising tätig ist, ist selbstverständlich verpflichtet, verstehbar Rechenschaft abzulegen über sein gesamtes finanzielles Gebaren und sein eigenes Spendenverhalten. Wer Wasser predigt und Wein trinkt, wird sehr schnell unglaubwürdig.

2. Fundraising ist ein Entwicklungsprozess

Die erste Säule des Prozesses heißt: „Interne Organisation - Voraussetzungen“. Die zweite Säule des Prozesses heißt „Öffentlichkeitsarbeit“.

3. Fundraising braucht eine Struktur

Fundraising kommt nicht ohne Management aus.

Ziele sind zu setzen, Wege sind zu planen, ein Budget ist zu sichern, Ergebnisse sind zu kontrollieren.

Im Bild gesprochen: Fundraising ist Ackerbau und Viehzucht. Felder sind zu pflügen und zu düngen, es ist zu säen und zu bewässern, Unkraut ist zu zupfen, die Ernte einzubringen und der Erntekranz zu binden.

Jede Kirchengemeinde wird ihre Struktur finden müssen, aber jede Kirchengemeinde wird sich folgenden Fragen stellen müssen:

- Welche Werte und Visionen verbinden wir mit den zu finanzierenden Projekten?
- Besteht die notwendige Akzeptanz für diese Projekte?
- Erlaubt unsere Personal- und Organisationsstruktur den Aufbau von Fundraising?
- Welche Informationstechnologien stehen zur Verfügung?
- Welche Erkenntnisse der Werbewirtschaft wollen wir anwenden?
- Wie viel Zeit und Geld sind wir bereit zu investieren?
- Welche Gebe-Potentiale sind vorhanden?
- Welche Fürsprecher haben wir?
- Mit welchen Fundraising Formen und Methoden wollen wir unsere Ziele erreichen?
- Welche Stärken und Schwächen haben wir?
- Sind wir bereit, einen langfristigen Investitionshorizont zu respektieren?
- Erlauben wir uns ganzheitliche Controllingansätze und Marketingstrategien?
- Können wir unsere Angst vor Organisationsentwicklung überwinden?
- Können wir das Marketingdenken der Verwaltung voranstellen?
- Können wir uns von der Aufgabenorientierung zur Kundenorientierung hin entwickeln?

4. Fundraising ist Teamarbeit

Fundraising kann nur Teamarbeit sein.

5. Fundraising lebt von menschlichen Beziehungen

In einem Team treffen unterschiedliche Individuen aufeinander. Es kann zu Kommunikationsstörungen, Konfliktpotentialen und Motivationsenthaltungen kommen. Doch nur ein harmonisch und ineinandergreifendes Team kann erfolgreich im Fundraising arbeiten.

Sie brauchen mutige Menschen in der Kirchengemeinde, die etwas zum Positiven verändern. Die Haltung muss erarbeitet werden. Die „Öffentlichkeitsarbeit nach Innen“ stellt deshalb folgende Fragen:

- ist sichergestellt, dass alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen wissen, was Kirchenvorstand und Gemeindeleitung planen und welche Ziele damit erreicht werden sollen?
- ist sichergestellt, dass alle Informationen verstanden wurden und alle Anweisungen zum gewünschten Erfolg führten?
- gibt es nicht auch für Kirchenvorstand und Gemeindeleitung Situationen, die einer Erklärung bedürfen?

- sind alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für ihre Aufgaben professionell zugerüstet?
- reichen für die gestellten Aufgaben und Ziele die personellen und finanziellen Ressourcen aus?

6. Fundraising braucht einen Plan

7. Fundraising braucht Fürsprecher

Augenhöhe muss gewahrt werden, „Max spricht zu Max“

8. Fundraising braucht Finanzquellen

Stiftungen, Charities, Sponsoren, Anlaßspenden, Bußgelder usw.

9. Fundraising braucht plausible Projekte

Vor allem Projekte, die Nutzen für das Gemeinwesen bringen. Der Nutzen muss ausführlich beschrieben und kommuniziert werden

10. Fundraising ist abhängig von Zeit und Gelegenheiten

Zusammenfassung

Wir brauchen:

- Einen Kirchenvorstand, der geschlossen hinter dem Fundraising in der Kirchengemeinde steht.
- Ein Fundraising-Team, dass ein Budget hat und im ständigen Austausch mit dem KV Inhalte seiner Arbeit kommuniziert.
- Spendenprojekte, die in hervorragender Weise Spendendende für Projekte gezielt begeistern. Vor allem Projekte, die Nutzen für das Gemeinwesen bringen. Der Nutzen muss ausführlich beschrieben und kommuniziert werden.
- Langfristigen Investitionshorizonte und ein plausibles Budget.
- Eine strategische Öffentlichkeitsarbeit, die dauerhaft Lernziele für das Fundraising kommuniziert.
- Stiftungen, Charities, Sponsoren, Anlassspenden, Bußgelder usw.
- Fundraising braucht Fürsprecher und die Augenhöhe muss gewahrt werden, „Max spricht zu Max“.
- Fundraising braucht einen Plan. Langfristige Abstimmung und Budgetierung aller kirchengemeindlichen Maßnahmen, Beziehungspflege, Pressearbeit, Werbung und interne Kommunikation sollten mit den Formen des Fundraisings eng vernetzt werden.
- Es braucht mutige Menschen in der Kirchengemeinde, die etwas zum Positiven verändern wollen.
- Es muss sichergestellt sein, dass alle Mitarbeitenden wissen, was Kirchenvorstand und Gemeindeleitung planen und welche Ziele damit erreicht werden sollen.

- Es muss sichergestellt sein, dass alle Informationen verstanden wurden und alle Anweisungen zum gewünschten Erfolg führten.
- Es muss sichergestellt sein, dass alle Mitarbeitenden für ihre Aufgaben professionell zugerüstet sind.
- Es muss sichergestellt sein, dass für die gestellten Aufgaben und Ziele die personellen und finanziellen Ressourcen ausreichen.