

Vision und Vermögen verbinden Kirchliches Fundraising theologisch bedacht

Helmut LIEBS

Eine bekannt großzügige Spenderin erhält einen Brief, der sie über die kürzlich errichtete Stiftung der Evangelischen Landeskirche in Württemberg informiert. Darin heißt es: „Es wäre der Landeskirchenstiftung eine Ehre, Sie als Gründungstifterin begrüßen zu können. Gerne stehe ich Ihnen für ein Gespräch zur Verfügung.“ Die Dame antwortet ihrerseits mit einem Brief: So einfach gehe das nicht, sie würde gerne mehr über die Stiftung erfahren. Darauf ruft der für die Stiftung zuständige Fundraiser die Dame an, ob er sie besuchen dürfe; und sie fragt im Gegenzug, ob er Kaffee oder Tee trinke. Es gibt Kaffee und Tee; das Gespräch hat zunächst fast familiären Charakter. Bald aber legt sie ihrem Gegenüber Frage um Frage vor: nach der Rechtsform, nach der Satzung, warum überhaupt eine Stiftung, ob diese nicht mit Spendenprojekten konkurriere. Auch betont sie, bevorzugt konkrete Aktivitäten zu fördern, was die Stiftung eher nicht biete. Das war es dann wohl, denkt der Fundraiser, und tatsächlich steuert das Gespräch dem Abschied zu. Doch dann überrascht sie ihn: Sie bedankt sich sehr für den Besuch und das Gespräch. Acht Wochen später überweist sie der Stiftung einen fünfstelligen Betrag.

Vertrauen und Verantwortung

Fundraising vollzieht sich in Kommunikation. Menschen spenden oder stiften, wenn sie sich als gefragt erleben, Vertrauen fassen, Übereinstimmung in Überzeugungen entdecken und sich daraufhin entscheiden, Verantwortung zu übernehmen. Es kann ein langer Weg sein vom Gefragtwerden bis zur Antwort in Form einer Spende oder Stiftung. Es ist ein innerer Weg. Möglicherweise ein geistlicher Weg. Eine Spenderin erzählt, dass ihr bei einer Stillen Zeit deutlich geworden sei, dass sie den Zehnten geben wolle. Seitdem überweist sie monatlich einen Betrag, und immer wieder nimmt sie – meistens per E-Mail – Kontakt auf und schildert, wie es ihr geht und was sie bewegt, und gelegentlich bittet sie um ein Gebet. Halten wir fest: Spenderinnen und Spender, Stifterinnen und Stifter wollen auf dem Weg ihres Handelns begleitet werden.

Wie aber beginnt dieser Weg? Was ist in diesem Zusammenhang Fundraising? Und wie soll Fundraising in der Kirche aussehen? Es ist ein gemeinsamer Weg von Fragenden oder Bittenden einerseits sowie Gefragten oder Gebetenen andererseits. Er beginnt damit, dass jemand sich etwas traut. Wie hört sich das an: Da spricht der des Redens ungeübte, aber von seinem Anliegen überzeugte Vorsitzende eines Orgelvereins vor Hunderten von Konzertbesuchern über eine Vision. Über die Vision, die eigentlich abgängige Kirchenorgel aus dem 18. Jahrhundert zu restaurieren. Er spricht – man merkt es Stimme und Körperhaltung an – mit heißem Herzen. Die Restaurierung der Orgel sei aus Verantwortung für das historische Gut wichtig. Gesangsbegleitung und Orgelkonzerte seien unerlässlich für das kirchenmusikalische Leben: zur Freude der Menschen und zum Lobe Gottes. Wäre es nicht eine Augenweide, wenn der schmutzige Orgelprospekt wieder leuchtete? Wäre es nicht ein Ohrenschauspiel, wenn Widors berühmte Toccata nicht mehr wie Kirmesmusik, sondern wie aus einer anderen Welt klänge? Der Redner vermittelt seine Anliegen so schlüssig, dass jeder Zuhörende für sich entdeckt, wie sehr seine eigene Überzeugung mit der Überzeugung des Orgelvereinsvorsitzenden übereinstimmt. Plötzlich wollen alle Teil dieses visionären Projekts werden. Jede und jeder fragt sich: Was kann ich dazu beitragen? Das Zauberwort

lautet „Orgelpfeifenpatenschaften“. Der Redner enthüllt eine große Tafel, auf der alle 2.000 Pfeifen eingezeichnet sind: „Auf dieser Tafel wird Ihr Name stehen, wenn Sie eine Pfeifenpatenschaft übernommen haben! Sobald die Hälfte der Pfeifen mit dem Namen eines Paten oder einer Patin versehen ist, beginnen wir zu restaurieren.“

Diese Kommunikation hat etwas aufgebaut: Beziehungen. Beziehungen zwischen Redner, Hörenden und Orgel. Eine Dreiecksbeziehung. Typisch für Fundraising-Kommunikation. Und typisch ist auch, dass die Beziehung zwischen Redner und Hörenden geprägt ist von wechselseitigem Vertrauen zueinander und gemeinsamer Verantwortung für die Orgel. Wird die Orgelrestaurierung schließlich begonnen und verwirklicht, kommen Freude und Dankbarkeit hinzu.

Fundraising will solche Beziehungen eröffnen. Es ist ein Gebot der Klugheit, diese Beziehungen nach Abschluss einer Spendensammlung nicht wieder zu schließen, sondern zu festigen und dauerhaft zu pflegen. Denn: Wer einmal in Überzeugungen übereinstimmt, kann immer wieder etwas gemeinsam auf den Weg bringen. Wer beiderseitige Freude und Dankbarkeit erlebt hat, wird diese gerne wieder teilen wollen. Laut Lothar Schulz, Studienleiter an der Fundraising Akademie Frankfurt, geht es im Fundraising um „Menschen, die entdeckt haben, dass sie mit ihrem Engagement tatsächlich etwas bewirken können und Freude daran haben, an der Entwicklung einer Idee, einer Vision, einer guten Sache teilhaben zu können.“¹

Gnade und Gabe

Zum Wesen von Kirche gehört es, Menschen zur Teilhabe an der „guten Sache“ einzuladen. Es ist signifikant, dass in der Bibel mehrfach die geistliche Teilhabe mit einer materiellen Teilhabe beziehungsweise Konsequenz verbunden ist. So in den Erzählungen von der Tempelausbesserung des Joasch (2. Könige 12), vom reichen Jüngling, vom Schalksknecht, von der Salbung in Bethanien, und insbesondere in 2. Korinther 8 und 9. Dort entwickelt Paulus den wohl wichtigsten Gedanken zum geistlich motivierten Spenden: Wem die Gnade (charis) Gottes in Christus so reich, überreich, überschwänglich, überfließend zuteil wurde, wie geschehen, der kann nicht anders, als selbst zu geben und so dem Geber aller Gaben mit Worten und Taten zu entsprechen. Paulus scheut sich nicht, mit klaren Worten um Gaben (charis) für die verarmte Jerusalemer Gemeinde zu bitten:

- Weil das aus der Liebe Christi gespeiste neue Sein des Menschen der Glaube ist und weil das dem Glauben folgende Tun die Weitergabe der Liebe ist: gebt reichlich und fröhlich; gebt geistlich und geldlich! Wobei niemand über Gebühr belastet werden soll (2. Kor. 8,7ff; 9,7).
- Sodann: Paulus ist klug; er „lockt“ die Korinther, indem er ihnen das großzügige Geben der Makedonier als nachzueiferndes Vorbild vor Augen malt (2. Kor. 8,1-5).
- Umgekehrt sagt er, rühme er die Korinther in Makedonien (2. Kor. 9,1ff).
- Er empfiehlt, immer am ersten Tag der Woche etwas zurückzulegen, damit die Sammlung bereit liegt, wenn er sie abholt bzw. abholen lässt (1. Kor. 16,2; 2. Kor. 9,5).
- Schließlich vergisst Paulus nicht das Wichtigste und Selbstverständliche: Er dankt herzlichst (2. Kor. 9,11 ff).

¹ Ingrid Alken, Paul Dalby, Lothar Schulz (Hg.), Kirchen und Fundraising. Konzepte, Projekte und Impulse, Berlin 2007, S. 3

Und dann schreibt Paulus: „Die Heiligen der Gemeinde in Jerusalem sehnen sich nach Euch wegen der überschwänglichen Gnade Gottes bei Euch.“ Das bedeutet, dass es für das freiwillige und großzügige Spenden der Makedonier und Korinther nur eine Erklärung gibt: Wirkung der Gnade Gottes in Christus. Das Spendenbitten, das Spendengeben und das Spendenempfangen ist christologisch verankert. Denn die überschwängliche Gnade Gottes ist die des sich entäußernden Christus. Trotz der eindeutig finanziellen Absicht der Spendenwerbung des Paulus gilt, was die hannoversche Bischöfin Dr. Margot Käßmann schreibt: „Die Ressourcen, die im Rahmen von Fundraising-Projekten eingeworben werden, dienen dabei nicht dem Selbstzweck, sondern der Verkündigung des Evangeliums und damit der Ehre Gottes.“²

Vermehrung in der Zwischenzeit

Es gab einmal einen König, der ging für eine Weile außer Landes. Deshalb vertraute er seinen Knechten sein Vermögen an: „Handelt damit, bis ich wiederkomme!“ Als er zurückkam, hatte der eine Knecht das Vermögen verzehnfacht, der andere verfünffacht, der dritte aber hatte es nicht vermehrt, sondern schlicht verwahrt. Bekannterweise war der König über das Tun des dritten Knechts nicht besonders erfreut. Details und Varianten sind bei Matthäus 25 und Lukas 19 nachzulesen.

Im Gefolge dieses Gleichnisses gewinnt kirchliches Fundraising eine eschatologische Perspektive. Jesus erzählte das Gleichnis laut Lukasevangelium bei seiner Einkehr im Haus des Zöllners Zachäus, der seinem Leben eine neue Ausrichtung geben will. Das Gleichnis verdeutlicht, was die neue Lebensausrichtung an Gaben und Aufgaben mit sich bringt. Der in der Nachfolge Christi zu neuem Handeln befähigte Mensch soll der Gottesherrschaft in der Weise entsprechen, dass er die ihm anvertrauten Gaben aktiv vermehrt. Diese Vermehrung ist ein Tun in der Zwischenzeit, ist das irdisch Vorläufige angesichts des ausstehenden himmlischen Endgültigen. Vorausgesetzt wird, dass das Reich Gottes dank Jesu Kommen bereits angebrochen ist und sich dank des menschlichen Wirkens weiter Bahn brechen soll. Die Drastigkeit des Erzählten zeugt von der Dringlichkeit des Tuns. Das Reich Gottes verlangt Dynamik. Stillstand ist unnütz.³

Eine interessante Deutung des Gleichnisses lieferte vor ein paar Jahren der Unternehmer Berthold Leibinger aus Ditzingen. Als Christ leite er aus dem Gleichnis ab, dass er das Unternehmensvermögen mit Gewinnabsicht mehren solle. Wenn er es nicht tue, verfehle er seinen unternehmerischen und demzufolge auch gesellschaftlichen Auftrag und habe nicht dem Reich Gottes entsprechend gehandelt. Nun, der nicht unternehmerischen Kirche dürfte es näher liegen, das Gleichnis nicht materiell, sondern geistlich zu interpretieren. Also den anvertrauten Glauben fleißig zu vermehren, sprich: das Reich Gottes in Wort und Tat zu verkündigen und zu leben.

Eine Tübinger Kirchengemeinde – rund 1.500 Mitglieder – hat aus dem Gleichnis eine Talente-Aktion abgeleitet. Sie hat ihre Gemeindeglieder gebeten, persönliche Talente zu melden. Diese Talente wurden dann in einem Heftchen abgedruckt, dieses in der Gemeinde gestreut, und Interessenten konnten diese Talente nutzen – gegen ein gewisses Entgelt.

² Ingrid Alken, Paul Dalby, Lothar Schulz (Hg.), Kirchen und Fundraising. Konzepte, Projekte und Impulse, Berlin 2007, S. 1

³ Dem Autor dieses Textes ist bekannt, dass auch andere Interpretationen möglich sind. Etwa dahin gehend, dass Jesus dieses Gleichnis erzählt, um nach der Bekehrung des Zöllners all zu euphorischen Stimmungen zu wehren, die meinen, das Reich Gottes sei schon ungebremst im Werden. Es könnte sein, dass Jesus kritisch deutlich machen wollte, dass das übliche Wirtschaftsgebahren nach wie vor und weithin so brachial gang und gäbe ist, wie an der Figur des Königs abzulesen.

Was waren das für Talente? Alles, was Menschen so können: Zinnfiguren bemalen, Nordic Walking, Zaubern, Nackenmassage, Armbänder fädeln, Holzofenbrot backen, Holundersaft herstellen, Arbeit mit dem Computer und dergleichen. Gewinn dieser Talente-Aktion: 15.000 Euro und viele bisher unbekannte Menschen, die sich engagierten. Zitat eines Talente-Vermehrsers: „Bis jetzt habe ich nirgendwo gesehen, wo ich mich hätte einbringen können. Durch die Talente-Aktion wurde mir signalisiert, dass ich in der Gemeinde gefragt bin.“

In Folge der Gnade Gottes in Christus und im Angesicht des Reiches Gottes entwickeln Kirchengemeinden, Kirchenbezirke, Kirchenkreise und Landeskirchen wie auch kirchliche Vereine, Stiftungen, Einrichtungen und Werke ihr Fundraising. Ist es kühn zu behaupten, sie hätten den Auftrag, dieses zu tun? Gewiss nicht, sofern es als geistliches Tun begriffen und vermittelt wird. Unter den vielfältigen Formen der Vermittlung seien einige exemplarisch beschrieben. Es sind ausdrücklich solche mit nachhaltigem Charakter.

Unverzichtbare Spendenbittbriefe

Rund 80 Prozent der von gemeinnützigen Organisationen in Deutschland eingeworbenen Mittel – insgesamt auf zwischen drei und fünf Milliarden Euro geschätzt⁴ – resultieren aus Spendenbitten via Brief. In Kirchengemeinden sind derartige Mailings noch selten. Dabei legen die zunehmend positiven Erfahrungen dringend nahe, diesen Kommunikationsweg zu nutzen. Im Bereich der Evangelischen Landeskirche in Württemberg haben erstmals im Jahr 2007 nahezu alle Kirchengemeinden einen klassischen Spendenbittbrief an alle ihre evangelischen Gemeindeglieder verschickt bzw. ausgetragen. „Freiwilliger Gemeindebeitrag“ nennt sich dieses Mailing, zu dem den Gemeinden vorab Beratung angeboten und ein Leitfadentext verfasst wurde. Eine alle Gemeinden erfassende Auswertung ergab, dass durchschnittlich 15,6 Prozent der Angesprochenen gespendet haben, und zwar im Schnitt 46 Euro. Beide Werte liegen deutlich über den sonst üblichen Kennzahlen.

Kirchengemeinden anderer Landeskirchen bestätigen diese Werte. Der finanzielle Aufwand lag im Verhältnis zum Ertrag bei 4,5 Prozent. Im vergangenen Jahr 2008 – so die ersten Auswertungen in der württembergischen Landeskirche – wurde trotz Wirtschaftskrise in gleicher Höhe gespendet. TNS Infratest meldet, dass deutschlandweit die Spendeneinkünfte 2008 nicht gesunken seien.⁵ Damit ist die gelegentliche Behauptung einer zunehmenden Spendenmüdigkeit widerlegt. Interessant sind längerfristige Beobachtungen. So bittet die Kirchengemeinde Calw im Nordschwarzwald bereits seit vierzehn Jahren per Brief alle Kirchenmitglieder um einen „Calwer Beitrag“. Binnen sieben Jahren verdoppelten sich die Spenden auf 40.000 Euro. Allerdings lässt sich dieser Wert seitdem kaum noch steigern. Auch der „Stuttgarter Beitrag“, vor neun Jahren eingeführt, erlebte Jahr um Jahr eine Steigerung, scheint aber bei um die 100.000 Euro die Grenze seiner Möglichkeiten erreicht zu haben. Vordergründig mag man diese briefliche Spendenwerbung für eine punktuelle halten. Das ist sie aber nicht, wenn man bedenkt, dass dieser Brief jedes Jahr erneut geschrieben wird; stets mit neuen Projekten. So erfahren in der württembergischen Landeskirche 1,2 Millionen Haushalte Jahr um Jahr, welche Themen und Aktivitäten in ihrer Gemeinde gerade besonders wichtig sind und wie die Herausforderungen gemeinsam per Spende getragen werden können. Außerdem wird jede Spende bedankt, wodurch ein Kommunikationskreis entsteht: Bitte, Spende, Dank, Bitte.

⁴ Michael Urselmann, Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für Nonprofit-Organisationen, Bern Stuttgart Wien, 2007, S. 25

⁵ www.tns-infratest.com

Zukunftssichernde Stiftungen

Im vergangenen Jahr wurden in der Evangelischen Landeskirche in Württemberg zehn Stiftungen neu errichtet – so viele wie 2001 bis 2007 zusammen. Der in Deutschland seit Jahren beobachtbare Stiftungsboom hat somit auch die württembergische Landeskirche erreicht.⁶ Materiell ist diese Entwicklung damit erklärbar, dass enorme Vermögen vorhanden sind, aber vergleichsweise wenige Erben. Laut Bundeszentrale für politische Bildung verfügen die privaten Haushalte derzeit über brutto 4,5 Billionen Euro Geldvermögen. Verbreiteten Schätzungen zufolge werden davon bis 2015 rund 1,5 Billionen Euro vererbt. Die Ordnung des Nachlasses und die Tatsache, dass keine Erben existieren – ein Viertel der Stifter hat keine Kinder –, ist der überwiegende Anlass eine Stiftung zu errichten. Die 2005 veröffentlichte Studie „Stiften in Deutschland“ der Bertelsmann Stiftung belegt allerdings, dass Nachlassregelung und Erbenlosigkeit nur äußere Faktoren sind. Zwei Drittel der Stifter wollen „etwas bewegen“ beziehungsweise „Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mitmenschen“ zeigen, so die Studie. Ein Viertel gibt ausdrücklich an, eine „religiöse Überzeugung“ zu verwirklichen. Zum Stiften führen somit vorzugsweise ideelle Motive. Die bewegten auch eine Stuttgarter Ärztin: „Ich möchte ein bleibendes Zeichen für die Bewahrung humanitärer Werte in einer sich verändernden Gesellschaft setzen.“ Für sie seien in einer Stiftung „Vision und Vermögen nachhaltig verbunden“, so dass die von ihr gewünschten Zwecke dauerhaft erfüllt werden könnten. Sie stattete ihre in Trägerschaft einer Kirchengemeinde errichtete Stiftung mit 50.000 Euro aus, und nach ihrem Tod soll ihr gesamtes Vermögen dorthin gehen.

Die württembergische Landeskirche wie auch – und zwar schon deutlich länger – die Landeskirchen in Bayern, Hannover und Hessen ermutigt ihre Gemeinden ausdrücklich Stiftungen zu errichten; sofern nicht eine Spendensammlung für ein akutes Vorhaben dringlicher ist und nur wenn die Gemeinde das erforderliche Potenzial hat. Erforderliches Potenzial meint, dass die realistische Aussicht bestehen muss, innerhalb von ein bis zwei Jahren mindestens 50.000 Euro Anfangsvermögen neu einwerben zu können. Es soll also möglichst kein bestehendes Gemeindevermögen umgeschichtet werden. Stiftungen sind wegen ihrer Nachhaltigkeit imstande, neben der Kirchensteuer, neben den Ersatzleistungen von Staat und Kommunen sowie neben Spenden und Opfern eine vierte Finanzierungssäule zu werden. Stiftungskommunikation, die darum wirbt, dass so genannte Gründungstifter/innen gemeinschaftlich das Anfangsvermögen aufbringen, zielt auf Beträge im vier- oder mehrstelligen Bereich – und benennt das auch. Insofern konkurrieren Stiftungskampagnen bezüglich ihrer Zielgruppe nicht mit Spendenkampagnen, die eher mit zwei- bis dreistelligen Beträgen rechnen. Oft stiften solche Menschen, die von herkömmlicher Gemeindegemeinschaft selten erreicht werden. Diese mit Vermögen ausgestatteten Menschen betrachten Stiftungen als ihnen adäquate Plattform für gemeinnütziges Engagement. Sie zu gewinnen, erfordert in der Regel eine persönliche Kontaktaufnahme. Vielfach erwachsen daraus intensive und verlässliche Beziehungen.

Online-Fundraising

Vom Vertrauen war schon die Rede. Beim Fundraising via Internet ist dieses besonders bedeutsam. Schließlich gibt der Spendende im Rahmen der Transaktion seine Bankverbindung preis. Das tut er nur, wenn er sich einer sicher verschlüsselten Verbindung gewiss ist. Dann spendet er deutlich mehr als über klassische Zahlwege. Vorteil des Internets: Es ist rund um die Uhr zugänglich, kann ständig aktualisiert werden und ermöglicht vertiefende interne und externe Links mit Zusatzinformationen, wie sie kein Spendenbittbrief bietet. Selbst wenn eine Kirchengemeinde keine online-Transaktion anbietet, sollte sie zumindest

⁶ Siehe auch: www.landeskirchenstiftung.de und www.stiften-macht-sinn.de.

ihr Spendenkonto auffällig sichtbar machen; erstaunlicherweise ist das immer wieder nicht der Fall. Prof. Dr. Klaus Vellguth, Marketingleiter des katholischen Hilfswerks missio, wies kürzlich⁷ auf einen virulenten Aspekt hin: Online-Communities entwickeln sich derzeit zur wichtigsten und begehrtesten Form der Vergemeinschaftung von Menschen. Die neuen Internetgemeinschaften definieren sich über identische Konsumverhalten, Emotionen, Überzeugungen und Werten. Zunächst sind es virtuelle Vergemeinschaftungen, die aber auch zu realen Zusammenkünften führen. Damit sei nur angedeutet, in welche Richtung kirchliche Internet-Kommunikation künftig gehen muss, wenn sie den Anschluss an diese Entwicklung halten will.

Erbschaftsfundraising

Für die kommenden zehn Jahre ist Erbschaftsfundraising eines der Zukunftsfelder.⁸ Was die finanziellen Rahmenbedingungen anbelangt, gilt das oben im Zusammenhang mit dem Stiftungsboom Beschriebene. Erbschaftsfundraising ist Königsdisziplin.⁹ Es ist diejenige Fundraisingform, die am meisten geistig-geistlich zu durchdringen ist, bevor man beginnt. Denn wer Menschen erreichen will, die ihr Testament verfassen, muss wissen, dass sie ihr Leben bilanzieren. In diese Situation unsensibel einzudringen, verbietet sich. Das Beziehungsgeschehen zwischen Kirchengemeinden oder gemeinnützigen Organisationen und potenziellen Erblässern vollzieht sich maßgeblich im immateriellen Sinnbereich. Erblässer fragen nach Wert und Sinn des Lebens, nach Schuld und Versagen, nach Wiedergutmachung, nach Verantwortung über den Tod hinaus. Sie müssen loslassen, um Vermögen in andere Hände zu geben. Dennoch können gerade Kirchengemeinden und kirchliche Organisationen – wer sonst weiß mehr um die letzten Dinge – zum Thema „Erben und Vererben“ sprechen und gemeinsam mit Rechtsanwälten oder Notaren Informationsveranstaltungen anbieten. Nur ein Viertel der Bevölkerung schreibt ein Testament. Gelingt hier grundsätzlich eine Steigerung, wird auch die Kirche vermehrt testamentarisch bedacht werden. Dies geschieht allerdings nicht spontan, sondern in der Regel muss zwischen Erblässer und erbender Kirchengemeinde oder Organisation eine lange und gute Beziehung bestanden haben, damit jemand diese in seinen letzten Willen aufnimmt.

Die Kirchensteuer stabilisieren

Gut 40 Prozent der Einnahmen der Evangelischen Kirche in Deutschland und ihrer Gliedkirchen speisen sich aus der Kirchensteuer, so Oberkirchenrat Thomas Begrich, Leiter der Finanzabteilung im Kirchenamt der EKD. Veräußerungen, Fördermittel, Darlehen, Erträge aus Geld- und Gebäudevermögen sowie Dienstleistungsentgelte bringen rund 35 Prozent. Drittmittel von Staat und Kommunen machen etwa 20 Prozent aus. Bei drei Prozent liegen die Einkünfte aus Opfern, Kollekten und Spenden. Weniger den Kirchenaustritten geschuldet als der nicht beeinflussbaren demographischen Entwicklung gehen die Kirchensteuereinnahmen stetig zurück. Dennoch muss das Augenmerk kirchlichen Wirkens sich dringend auf die Kirchenmitglieder richten. Denn sie steuern den größten Teil zur Kirchenfinanzierung bei, und zwar über Jahrzehnte. „Es gilt das Bewusstsein zu schärfen, dass auch die Kirchensteuer eine Gabe der Gemeinde ist“, so der ehemalige hessen-nassauische Kirchenpräsident Prof. Dr. Peter Steinacker.¹⁰ Die Kirchensteuergabe

⁷ Vortrag im Rahmen der Tagung „Gott und Geld“, veranstaltet von der Fundraising Akademie am 16. März 2009 in Frankfurt

⁸ Michael Urselmann, Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für Nonprofit-Organisationen, Bern Stuttgart Wien, 2007, S. 175

⁹ Susanne Reuter (Hg.), Erbschaftsfundraising. Mit Herzblut und Fingerspitzengefühl, Düsseldorf 2007, S. 19

¹⁰ Peter Steinacker, Das Lob der Großzügigkeit, Fundraisingforum der EKHN 2008, vollständig unter www.fundraising-forum-hessen-nassau.de

verlässlich auf hohem Niveau zu halten, bedarf es konsequenter Bemühungen, die Motivation zum Verbleib in der Kirche zu stärken beziehungsweise Gründe für eine Abkehr zu verringern. Motivation zum Verbleib ist bekanntermaßen¹¹ neben dem persönlichen Glauben die Erfüllung von Erwartungen, nämlich an Lebensbegleitung in Kasualien, Hinwendung zu Hilfsbedürftigen, Gottesdienste und Verkündigung. Daraus folgt: Bezüglich der Kirchensteuereinnahmen gibt es kein besseres Fundraising als gute Gemeindegarbeit. Wobei innerhalb dieser Gemeindegarbeit Aktivitäten zu entwickeln sind, die explizit bezwecken, die Mitgliederbindung zu stabilisieren und zu stärken. Unter www.kirche-im-aufbruch.ekd.de finden sich Beispiele guter Praxis. Auch abgesehen von der Focussierung auf die Kirchensteuer gibt es kein besseres Fundraising als solches, das in die Gemeindegarbeit integriert ist beziehungsweise aus dieser heraus generiert wird.

Die Frucht des Guten ermöglichen

Wir kennen das Gleichnis von den Arbeitern im Weinberg (Matthäus 20). Fünfmal über den Tag verteilt stellt der Weinbergbesitzer Arbeiter ein. Am Ende des Tages zahlt er allen den gleichen Lohn. Herkömmlicherweise deuten wir das Gleichnis so, dass im Reich Gottes jeder vollen Lohn bekommt, also so bezahlt wird, dass es gewiss zum Leben reicht. Gottes Güte sei Dank. Denn würde die letzte Schicht entsprechend ihrer Arbeitszeit nur ein Achtel des Tageslohnes bekommen, könnte sie davon nicht leben.

Das Gleichnis zeigt noch etwas anderes. Nämlich die Akribie, den unbedingten Willen, das Nicht-Nachlassen des Weinbergbesitzers. Etwas drängt und treibt ihn. Das kann nur mit dem Weinberg zusammen hängen. Genauer gesagt: mit den Weinstöcken. Sie sollen nämlich Frucht bringen. Das werden sie nur, wenn sie gewässert, gedüngt, von Unkraut befreit oder – sofern Erntezeit ist – gelesen werden. Um der Früchte der Weinstöcke willen engagiert sich der Weinbergbesitzer derart. Um der Reben willen, damit deren Dasein erfolgreich ist, seine wesensmäßige Bestimmung erreicht und zur Freude vieler zu seinem Ziel kommt. Die Arbeiter im Weinberg sind in dieses Engagement integriert und werden Teil des Erfolgs.

Wenn Kirche Fundraising macht, dann so wie die in den Weinberg geschickten Arbeiter. Sie ermöglichen den Weinstöcken, dass sie ihre Frucht bringen. Sie tragen dazu bei, dass Menschen ihr inneres Lebenskonzept im Geben des Guten verwirklichen. Sie ziehen Menschen nicht über den Tisch. Sie nötigen niemanden, etwas ihm Fremdes oder Unangenehmes zu tun. Sie beanspruchen nicht über Gebühr. Statt dessen helfen sie, das zu entfalten, was dem Gegenüber persönlich wichtig und ein Herzensanliegen ist.

Wenn das zu pathetisch scheint, gehen wir von einer anderen Seite heran. Weithin anerkannt ist die fünfstufige Bedürfnispyramide des amerikanischen Psychologen Abraham Maslow.

1. Nahrung, Schlaf, Sexualität (Naturbedürfnis)
2. Materielles Auskommen, Ordnung, Gesundheit, Risikovorsorge (Schutzbedürfnis)
3. Kommunikation, Partnerschaft, Liebe, Gruppenzugehörigkeit (Sozialbedürfnis)
4. Anerkennung, Einfluss, Status (Geltungsbedürfnis)
5. Selbstfindung, Selbstverwirklichung, Selbstlosigkeit, Gutsein (Sinnbedürfnis)

Der kirchliche Umgang mit Geld und insbesondere das Fundraising steht im Dienst aller Bedürfnisse. Denn Kirche steht im Dienst des von Gott geliebten Menschen mit all seinen Bedürfnissen. Dieser Dienst kann nur ganzheitlich sein. Jedoch ist Kirche auf einer Stufe

¹¹ Vgl. Claudia Schulz, Wegmarken für eine Kirche im Wandel, in: Deutsches Pfarrblatt 4/2006.

besonders gefragt, nämlich wenn es um das Bedürfnis nach Sinn geht. Dieses Bedürfnis wird immer dann besonders glücklich befriedigt, wenn man sich selbst als wirksam erlebt. Das glückvolle Empfinden der Selbstwirksamkeit ist besonders stark, wenn es sich auf etwas jenseits von uns, außerhalb unserer selbst bezieht. Daraus folgt: Wenn wir Menschen ins Gemeindeleben oder zu einem Spendenprojekt einladen, werden wir erfolgreich sein, wenn Menschen sich selbst als wirksam erleben, indem sie etwas außerhalb ihrer selbst verwirklichen. Wenn sie ihre Persönlichkeit verwirklichen und zugleich ein höheres Ziel, nennen wir es ruhig geistliches Ziel. Das nennt man dann „erfülltes Leben“. Dafür braucht die Welt die Kirche. Dass sie helfe, Erfüllung und Sinn zu finden. Auch Geld, wenn es im Dienste dieses Sinnbedürfnisses erbeten und eingesetzt wird, vermag dazu beizutragen. Denn Geld sucht Sinn; an und für sich hat es keinen. Im Einsatz von Geld für eine gute Sache erleben Menschen Sinn. „Ich habe mich entschlossen, aufzuhören, Reichtümer anzusammeln, und wende mich nun der ernsthafteren und unendlich schwierigeren Aufgabe der weisen Verteilung zu“, verkündete der Multimillionär Andrew Carnegie Anfang des 20. Jahrhunderts und stiftete einen Großteil seines Vermögens an Bibliotheken, Schulen, Universitäten, Friedensarbeit und Kultur.

Fazit

Wir haben das kirchliche Fundraising hinsichtlich dreier theologischer Dimensionen behandelt: christologisch, eschatologisch, anthropologisch. 1. Paulus folgend begründen wir unseren Umgang mit Geld christologisch: Weil Christus sich selbst gegeben hat, werden auch wir nicht sparen. 2. Dem Gleichnis von den anvertrauten Talenten folgend lassen wir uns eschatologisch in die Pflicht nehmen: Um dem Reich Gottes den Weg zu bereiten, vermehren wir das uns Anvertraute vor dem Horizont der Vollendung. 3. Dem Gleichnis von den Arbeitern im Weinberg folgend haben wir einen anthropologischen Auftrag: Wir verhelfen Menschen zu Früchten ihres Daseins.

Erstveröffentlichung in: Deutsches Pfarrerblatt, April 2009.