

RAIMUND BREHM SAUBERTSTRASSE 3, 90429 NÜRNBERG TEL. 0911 – 265 195

Wenn die Finanzen knapp werden

Wir sammeln für die Pfarrgemeinde

Vom Finden neuer Spender und ihrer Pflege

„Wir brauchen 50 000 Euro für die Kirchenrenovierung – Wo bekommen wir 10 000 Euro für neue Kindergartenmöbel her? – Wer hilft uns bei der Finanzierung der Orgelreinigung?“ Solche Fragen werden in Zukunft dringender gestellt, denn die Kirchenkassen unserer Erzdiözese leeren sich und die Kollektenergebnisse in den Pfarrgemeinden lassen nach.

Wohl dem, der sich deshalb schon frühzeitig auf diese aktuelle Problemsituation eingestellt hat und in seiner Gemeinde oder in seinem kirchlichen Verband ein Spendensystem installierte. Was dabei zu beachten ist und wie wir dies in unserer Nürnberger Pfarrei St. Elisabeth erfolgreich praktizier(t)en, sei hier exemplarisch dargestellt.

1. Zuerst die Aufgabe festlegen

„Wir brauchen Geld für die Renovierung unserer Kirche“, so formulierte zu Beginn der Sammelaktion unser Pfarrer die Zielsetzung. Dann wurde die Höhe der benötigten Summe anhand von Zahlen und Fakten festgelegt und eine Zeitschiene für die Beschaffung der Mittel eingerichtet.

Merke: Jede Spendenaktivität braucht vorher eine klare Aufgaben-Definition.

2. Wir gründen ein Projektteam

Für die geplante Spendenbeschaffung ist ein Team von Gemeindemitgliedern nötig, das sich bereiterklärt, an der Entwicklung von Ideen, an der Steuerung, Durchführung und Auswertung der notwendigen Maßnahmen und der damit verbundenen Öffentlichkeitsarbeit freiwillig mitzuwirken. Vorteilhaft ist es, wenn dafür ehrenamtliche (pensionierte) MitarbeiterInnen gewonnen werden, die früher schon mal beruflich mit Öffentlichkeitsarbeit zu tun hatten. Die Gruppe wählt sich einen verantwortlichen Teamleiter, der das eigenständige Handeln absichert, Aufgaben verteilt, ihre Durchführung kontrolliert und als

Berichterstatter gegenüber den Pfarreigremien (Pfarrer, Kirchenstiftung, Kirchenverwaltung etc.) fungiert.

Merke: Wichtig ist, dass dieses Team miteinander harmoniert, dass es Freude an seiner Tätigkeit hat und dass es über alle Entwicklungen, Arbeitsschritte und Ergebnisse jederzeit ausführlich unterrichtet wird. Nur so entsteht produktive Motivation.

3. Wir formulieren die Vorgehensweise (Strategie)

3.1 Bevor wir um Spenden bitten und sammeln , brauchen wir das öffentliche Interesse für unser Anliegen . „Was nicht in der Zeitung steht, ist nicht öffentlich und wird auch nicht ernsthaft zur Kenntnis genommen.“ Nur durch Offenlegung des Projektes mit Zahlen, Fakten und Fotos wird das notwendige Vertrauen der Öffentlichkeit gewonnen, mit dem „sich die Geldbeutel öffnen lassen.“

3.2 Dieses Vertrauen kann dann erfolgreich durch Briefkampagnen und Sammelaktionen genützt werden.

3.3 Die geplante Kampagne stellen wir unter ein einheitliches Leitmotiv (z.B. „Wir erneuern unsere Kirche“) und entwickeln dafür ein graphisches Signet (Logo). Beides – Leitwort und Logo - wird auf allen eingesetzten Werbemitteln und Werbeträgern während der geplanten Sammelaktion (Briefe, Prospekte, Anzeigen, Plakate, Anzeigen, Flugblätter, Pfarrbrief , Pressemitteilungen, Schaukasten) angebracht und eingesetzt.

3.4 Rechtzeitig vor Kampagnenbeginn legen wir die anzusprechenden Zielgruppen fest: Gottesdienstbesucher, Mitglieder der Pfarrgemeinde, Kindergarten-Eltern, Ehemalige Mitglieder der Gemeinde, die weggezogen sind und früher einer Jugendgruppe oder einem Verein angehörten. Auch Ehemalige, die in der Pfarrei getauft wurden, geheiratet haben oder hier zur Erstkommunion gingen. Ggf. auch Kirchenexterne, wie Nachbarbewohner. Schließlich alle Einwohner unseres Ortes,, die den Vornamen des/ der Kirchenpatron/in tragen und so eine ganz persönliche Beziehung dazu haben.

3.5 Mit Kirchenverwaltung und Hausbank wird der Zahlungsweg der eingehenden Spenden festgelegt. Welche Bank, welches Konto werden dafür angegeben? Wie soll das Kennwort

auf den Zahlscheinen lauten? Wer verschickt die Spendenquittungen? Ab welcher Spendengröße wird eine schriftliche Quittung erstellt?

Merke: Auch der Absender einer kleinen Spende ist so zu behandeln, wie der Großspender. Schließlich soll ja auf lange Sicht ein Netz von Freunden und Förderern aufgebaut werden, auf das wir bei Mittelbedarf immer wieder zurückgreifen können.

4. Wir stellen die notwendigen Arbeitsmittel bereit

4.1 Unabdingbar ist der Einsatz eines Personal-Computers (mindestens Window 2000) mit Drucker und entsprechender Software. Der PC ist notwendig für den Schriftverkehr, für den personalisierten Druck der Spendenbriefe, für Protokolle des Projektteams, für den personalisierten Ausdruck der Dankbriefe und für die sorgfältige Spendenverwaltung. Ebenso für den Aufbau einer Spenderdatei (Datenbank) mit allen notwendigen Angaben.

Merke: Das A und O einer erfolgreichen und nachhaltigen Spendenverwaltung und Spenderpflege ist die Verwendung eines leistungsfähigen Spendenbetreuungsprogramms, damit es während der laufenden Aktion keine administrativen Probleme gibt. Die dafür aufzuwendenden Kosten lohnen sich! Vor der Anschaffung der Software empfiehlt es sich, Verbindung aufzunehmen mit der zuständigen Fachstelle im Ordinariat (PC-Beratung, Telefon....), um eine fachkundige Beratung zu erhalten. Nur sie garantiert spätere Professionalität und einen zukunftsorientierten Nutzen.

4.2 Zu klären ist der Raumbedarf, den das Projektteam für seine Arbeit benötigt. Außerdem das notwendige Mobiliar sowie der stundenweise Einsatz einer Schreibkraft am PC („Wer schreibt die Briefe? Wer tütet ein, wer verschickt? Wer bucht die Spenden?“).

4.3 Vor Beginn der Aktion ist auch der Aktionsetat (das Budget) festzulegen. „Wieviel Geld müssen wir ausgeben für die Herstellung der Drucksachen, für Porto, ggf. für Plakate, für Prospekte und – sofern nötig – für den stundenweisen Einsatz einer Schreibkraft, sofern sich dafür keine Ehrenamtlichen (Senioren, pensionierte Bürokräfte aus dem Altenclub etc.) finden.

Merke: Als Faustregel für das Budget sollte man mindestens 10% der als Ziel festgelegten Spendensumme ansetzen. Wahrscheinlich werden es mehr. Das heißt, für die Gewinnung von 50 000 Euro sind voraussichtliche Kosten von 5000 Euro vorzusehen und dem Projektteam zur eigenverantwortlichen Verwendung zur Verfügung zu stellen.

5. Wir bauen einen Adressenpool auf

5.1 Zuerst kümmert sich eine kleine Arbeitsgruppe des Projektteams um den Aufbau der notwendigen Zielgruppenbasis: es sind die unter 3.4 genannten Adressgruppen zu beschaffen, zu erfassen und in der PC-Datei zu speichern, sodass sie später über Etikettendruck leicht abgerufen werden können. (Bitte rechtzeitig klären: „ Wer gibt die Adressen in den Computer ein? Wer hat Zeit dafür?“) Ggf. lassen sich die in der Pfarrgemeinde gemeldeten katholischen Kirchensteuer-ZahlerInnen über das diözesane Rechenzentrum in Bamberg (Adresse:.....) beschaffen

6. Endlich: Startschuß für die Kampagne

6.1 Wir beginnen mit innerkirchlicher Aufklärung...

Zuerst machen wir das Anliegen bzw. das Thema der Sammelaktion in der Pfarrgemeinde publik : In einer Pfarrversammlung, im Rahmen der Gottesdienst-Vermeldung, durch Aushang im Schaukasten und durch regelmäßige informative Beiträge mit Zahlen, Fakten, Fotos und ggf. Bauplänen im Pfarrbrief.

Merke: Es genügt heute nicht mehr, nur zu sagen, „Wir sammeln für die Renovierung der Pfarrkirche“. Wer sich mit einem Anliegen identifizieren soll, der muss detailliert wissen, was unser Projekt kostet und wie wir die erwünschten Gelder einsetzen wollen. Potentielle Spender erwarten Transparenz und die Sicherheit , dass ihr Geld nicht in einer Verwaltung hängen bleibt.

6.2 ...und informieren die breite Öffentlichkeit:

Dazu nehmen wir Verbindung auf mit den lokalen Zeitungs- und Radioredaktionen und machen sie in einem Pressegespräch mit unseren (finanziellen) Sorgen, Problemen und Anliegen vertraut. Dabei übergeben wir eine Info-Mappe mit Unterlagen sowie Angaben des Spendenkontos. Gelegenheit zum Fotografieren des zu unterstützenden Projekts (z.B. die lädierten Orgelpfeifen, das morsche Kirchengestühl, die Schadstellen des Kindergartens) sollte angeboten werden.

6.3. ...dann werden die „Bettelbriefe“ verschickt:

Nach Erscheinen der Presseberichte beginnt die Aussendung der „Bettelbriefe“. Zu jeder Sendung gehört ein Briefumschlag, ein persönlich formulierter Brief des Pfarrers („Mit einer besonderen Sorge wende ich mich heute an Sie...“), der eine über den PC personalisierte Anrede und Adresse enthält. Dazu ein Faltblatt (Flyer), in dem das Anliegen in Bild und Text informativ dargestellt wird („Unsere Kirche ist krank.....die notwendige Therapie kostet Geld....wir brauchen Wohltäter, die ihr zur Genesung verhelfen...“) und ein Überweisungsformular der Bank mit einem projektbezogenen Kennwort.

7. Flankierende Maßnahmen und Events

- „Kleinvieh macht auch Mist!“ Es lohnt sich, nach dem Sonntagsgottesdienst auf dem Kirchplatz Sammelbüchsen herumzureichen. Auch in Geschäften, auf Ämtern und in der Kirche können derartige Sammelbüchsen deponiert werden, die durch ein Schild oder einen Aufkleber (mit Aktionslogo!) auf unser Anliegen, die Sammelaktion und die Zweckgebundenheit der Spenden hinweisen.

- Auch Benefiz-Veranstaltungen füllen die Spendenkasse: Orgelkonzerte, Theateraufführungen, Chorkonzerte, Schafkopf- oder Kanasta-Turniere, Basare, Flohmärkte vor der Kirche, Versteigerungen, Altkleider-Sammlungen, Vernissagen mit ortsansässigen Künstlern oder Kunsthandwerkern, Spenden-Eintöpfe am Sonntag-Mittag und ein eigens gestalteter Stand mit Schautafeln auf dem Pfarrfest.

8. Auf was noch zu achten ist

- Spender sind besonders zu pflegen: Jede eingehende Spende sollte innerhalb einer Woche durch einen persönlichen Dankbrief bestätigt werden. Der Geldgeber wartet darauf. Diese „Bedankungskultur“ schafft bei den Wohltätern Vertrauen und Zufriedenheit und fördert die Bereitschaft zu weiterer Unterstützung.

- Über den Spendeneingang und die Entwicklung des Projekts sollte die innerkirchliche wie außerkirchliche Öffentlichkeit ausführlich und regelmäßig informiert werden: durch einen „Spendenspiegel“, durch Berichte und Interviews im Pfarrbrief sowie durch Notizen in Zeitung und Radio.

- Großspender und Wohltäter sollten für Benefiz-Veranstaltungen Ehrenkarten bekommen. -

- Auch ein Telefonanruf, in dem man sich für die finanzielle Unterstützung bedankt, trägt zur Festigung der Beziehung bei.

- Die Spenderdatei ist sorgfältig zu pflegen und zu aktualisieren. Es empfiehlt sich, mit den notierten Wohltätern Kontakt zu halten, ihnen zu den kirchlichen Festtagen zu schreiben, ihnen – falls bekannt – zu den Namens- oder Geburtstagen zu gratulieren und sie regelmäßig mit dem aktuellen Pfarrbrief zu beliefern.

9. Zum Abschluß einige Nachbemerungen

- Nach Ende der Aktion ist im Projektteam Bilanz zu ziehen. Wie viel Kosten sind angefallen? Was hat es gebracht? Wie viel Werbe-Euro haben wir pro 100 Spenden-Euro aufgewandt? Was ist bei der nächsten Aktion zu beachten?

Dann sollte die Projektgruppe den erfolgreichen Abschluss mit einem gemeinsamen Essen feiern, denn jede Arbeit ist ihres Lohnes wert. Und oft wird das Dankesagen im eigenen Kreis vergessen... Alle Teilnehmer erhalten bei diesem Anlass ein Schriftstück (Urkunde), in denen ihre ehrenamtliche Teilnahme an der erfolgreichen Aktion bestätigt wird.

Es würde zu weit führen, hier noch die zahlreichen anderen Möglichkeiten der Spendenwerbung (Fundraising) ausführlich zu beschreiben: z. B. das Sponsoring, die Beschaffung von Großspenden, das Einwerben von Erbschaften und Vermächtnisse sowie die Motivierung für Zustiftungen. Dafür reicht hier leider nicht der Platz. Es kann auch nicht dargestellt werden, welche Tipps und Tricks es gibt, um überzeugend Briefe, Prospekte und Plakate zu formulieren und eindrucksvoll zu gestalten.

Deshalb verweise ich auf einige weiterhelfende Fachbücher und Arbeitsmittel, von denen es heute genügend gibt:

- Torsten Weiler, Praxis Fundraising, Mitteleinwerbung für Gemeinden und kirchliche Einrichtungen. Lemmens-Verlag, Bonn, 1998
- Themenhefte Gemeindearbeit(Heft 49) Fundraising, Verlag Bergmoser und Höller Aachen, 2002
- Klaus Vellguth, Öffentlichkeitsarbeit in der Gemeinde, Bernward bei Don Bosco München, 1999

Auch der Verfasser steht für Rat und weitere Auskünfte gerne bereit.

Raimund Brehm, raimund.brehm@fen-net.de