

# Die Kunst der Gabe

## Aspekte des kirchlichen Fundraisings



Thomas Kreuzer<sup>1</sup>

### 1. Einleitung

In den letzten zehn Jahren ist Fundraising in den evangelischen Landeskirchen wie in den deutschen Bistümern zu einem wichtigen Bestandteil kirchlicher Arbeit geworden. Im Zuge dieser Professionalisierung wurden nahezu flächendeckend Fundraising-Büros als Dienstleistungszentren in den Verwaltungen eingerichtet, zudem in den Kirchenkreisen und Dekanaten Stellen für Fundraising-Beauftragte.

Spätestens seit einem von der EKD in Auftrag gegebenen Gutachten zum Datenschutz kann Fundraising als kirchliche Aufgabe und „somit zu den wesentlichen Lebensäußerungen der EKD gezählt werden“<sup>2</sup>. Diese Entwicklung einer nachhaltigen Implementierung des Fundraisings in das kirchliche Selbstverständnis hat sich seitdem kontinuierlich verstetigt.

Inzwischen lässt sich für den Bereich der evangelischen Landeskirchen festhalten, dass Fundraising auf allen Ebenen kirchlichen Handelns abgebildet ist und vor allem die Kirchengemeinden mit dem Aufbau von Fundraising befasst sind.

Dabei machen Gemeinden vielfältige Erfahrungen, wenn sie in Fundraising-Aktivitäten investieren:

<sup>1</sup> Dr. Thomas Kreuzer ist Direktor der Fundraising Akademie, der zentralen Ausbildungsstätte für Qualifizierungen in den Bereichen Fundraising, Stiftungswesen, CSR und Philanthropie in Deutschland.

<sup>2</sup> *Claudia Andrews*: Fundraising interdisziplinär. Ein Beitrag zur Erneuerung der Kultur gemeinwohlorientierten Gebens, Berlin 2011, 165.

- Fundraising aktiviert und mobilisiert kirchengemeindliche Arbeit, indem anstehende Projekte gemeinsam auf den Weg gebracht werden.
- Damit fördert Fundraising ehrenamtliches Engagement für die Kirche und hilft finanzielle Herausforderungen zu meistern.
- Fundraising stärkt die Sichtbarkeit kirchlicher Arbeit, indem anstehende Vorhaben über die Kerngemeinde und auch die Kirchengemeinde hinaus kommuniziert werden.
- Die genutzten Medien zur Kommunikation werden professionalisiert.
- Fundraising leistet einen Beitrag zur Identitätsstiftung und auch zur Identifikation mit kirchlicher Arbeit, wenn Projekte als gemeinsame Herausforderung aufgefasst werden.
- Damit fördert Fundraising zugleich die Strahlkraft kirchlicher Arbeit über gute Projekte.
- Fundraising steht auch für das Priestertum aller Gläubigen, indem alle Kirchenmitglieder zum gemeinsamen Gestalten aufgerufen sind.
- Fundraising setzt neue Energien, Kreativität und Dynamik frei, wenn Menschen als gestaltende Geschöpfe Gottes angesprochen werden.
- Fundraising bewahrt das Bestehende und eröffnet zugleich Freiräume und schafft Innovationen.

## *2. Die Besonderheit kirchlichen Fundraisings*

Herkömmlich wird Fundraising immer wieder als Akquisition von Geldmitteln oder als Teil des Beschaffungsmarketings verstanden. Gemeinnützige Organisationen treten dann als „Nehmende“ auf, die um – vor allem – finanzielle Unterstützung werben. Das kirchliche Fundraising stand diesem Ansatz von vornherein zurückhaltend gegenüber, weil Unterstützung immer nur Ausdruck nachhaltiger guter Beziehungen sein kann. Fundraising ist Beziehungsarbeit. Vor allem aber war das kirchliche Fundraising in Abgrenzung zum Nonprofit-Sektor stets skeptisch im Blick auf die stark akquisitorische Ausrichtung von Fundraising-Aktivitäten. Theologisch kann es gerade nicht darum gehen, „fremde“ Quellen oder Ressourcen zu akquirieren. Die für das Fundraising notwendigen Gaben und Talente sind theologisch gesehen längst schon vorhanden. Funds müssen in der Kirche weniger „ge-raised“ als vielmehr „ge-used“ werden. Es geht im kirchlichen Fundraising dementsprechend darum, schon vorhandene Ressourcen und Talente zu entbergen, zu mobilisieren und zu aktivieren.

Ein weiterer Unterschied zum Fundraising im Nonprofit-Bereich besteht darin, dass es im Fundraising nicht nur um Spenden geht, sondern um die „Gaben der Gemeinde“ insgesamt.

Es gilt, ein Bewusstsein dafür zu schärfen, dass auch die Kirchensteuer eine Gabe der Gemeinde ist. Es ist deshalb für eine künftige Auffassung kirchlichen Fundraisings wichtig, das Selbstverständnis zu erweitern. Denn wenn es im Fundraising in der Kirche um die Gaben der Gemeinden geht, dann geht es nicht nur um zusätzliche Spenden oder um Sponsoring-Einnahmen. Wenn es um die Gaben der Gemeinde geht, dann geht es auch um die Kirchensteuer! Denn die Kirchensteuer ist in der gegenwärtigen Situation die wichtigste finanzielle Gabe der Kirchenmitglieder.

Wenn es also im Fundraising in der Kirche um die Gaben der Gemeinden geht, dann sollten recht verstandene Fundraising-Aktivitäten auch das Augenmerk und die Anstrengung darauf richten, dass die Kirchensteuer stabil bleibt. Dann hätten wir es aber im kirchlichen Fundraising mit einem Verständnis zu tun, dem es nicht nur um zusätzliche, die Kirchensteuer flankierenden Mittel geht, sondern alle Maßnahmen betrifft, die die Kirchensteuer in ihrer Stabilität erhalten. Dann hätte kirchliches Fundraising nicht nur etwas zu tun mit Spenden-Einwerben, sondern müsste viel stärker als bislang die Mitgliederbindung der Kirchensteuerzahler in den Blick nehmen. Damit ist Fundraising bezogen auf Mitgliederorientierung, Mitgliederbindung und Mitglieder-Kommunikation.

### 3. *Biblische Grundlagen*<sup>3</sup>

#### 3.1 *Gottes gute Gaben*

Auch die erste Einsicht kirchlichen Fundraisings ist, dass wir unser Leben nicht aus uns selbst haben – und damit auch die Ressourcen, um die wir werben und mit denen wir Kirche und Gesellschaft gestalten. Sie sind uns vorgängig, und sie sind uns gegeben. Die Schöpfungsgeschichte, die Psalmen und die Weisheitsliteratur loben an vielen Stellen der Hebräischen Bibel diesen Aspekt des empfangenen Lebens. Dieses „Gegebenheit des Lebens“<sup>4</sup> ist eine Gottesgabe, die wir als Gläubige annehmen, bevor wir

<sup>3</sup> *Thomas Kreuzer/Fritz Rüdiger Volz*: Die verkannte Gabe – Anthropologische, sozialwissenschaftliche und ethische Dimensionen des Fundraisings; in: *Claudia Andrews* (Hg.): *Geben, Schenken, Stiften*, Münster 2005, 11–31.

<sup>4</sup> *Trutz Rendtorff*: *Ethik. Grundelemente, Methodologie und Konkretionen einer ethischen Theologie*, Tübingen 2011.

damit beginnen, in diese geschaffene und schon vorhandene Welt einzugreifen und sie zu gestalten. Die biblische Tradition wirbt anhaltend um diese Auffassung, die gute Schöpfung Gottes zu loben und anzuerkennen.

Die Schöpfung mit ihren reichen Gaben ist schon gegeben. Psalm 104 ist ein einziger Lobgesang auf diese reiche Fülle, die die Menschen aus Gottes Hand empfangen. Psalm 36 lobt die Güte Gottes, die so weit reicht, wie der Himmel ist.

Prominent hat Martin Luther diesen Gedanken des geschenkten und empfangenen Lebens im Kleinen Katechismus in seiner Erklärung zum ersten Artikel des Glaubensbekenntnisses ausgeführt. Dort schreibt er: „Ich glaube, dass mich Gott geschaffen hat samt allen Kreaturen, mir Leib und Seele, Augen und Ohren und alle Glieder, Vernunft und alle Sinne gegeben hat und noch erhält; dazu Kleider und Schuh, Essen und Trinken, Haus und Hof, Weib und Kind, Acker, Vieh und alle Güter; mit allem, was not tut für Leib und Leben, mich reichlich versorgt, in allen Gefahren beschirmt und vor allem Übel behütet und bewahrt; und das alles aus lauter väterlicher, göttlicher Güte und Barmherzigkeit, ohn all mein Verdienst und Würdigkeit: für all das ich ihm zu danken und zu loben und dafür zu dienen und gehorsam zu sein schuldig bin. Das ist gewisslich wahr.“<sup>5</sup>

Luther bezieht in das empfangene Leben die gesamte Wirklichkeit ein: das eigene Leben, die Sozialität, die Voraussetzungen für den Erhalt des Lebens und auch die Kultur. Entsprechend ist die Antwort auf die großzügige Vorgabe Gottes eine Haltung der Dankbarkeit.

### 3.2 *Gerechtigkeit als Gabe*

Der besondere Blick auf menschliche Ungleichheiten nimmt in den Traditionen der Hebräischen Bibel und auch im Neuen Testament eine besondere Rolle ein: der Blick auf die unterdrückten Israeliten in Ägypten, die im Exodus ihre Befreiung erleben; die umfangreiche Sozialkritik der Propheten an Ausbeutung und Entrechtung der Armen durch die Mächtigen und Wohlhabenden; aber auch in den Gesetzgebungen der Thora, die auch auf eine vorhandene Ungleichheit in der Gesellschaft reagieren.

In diesem Zusammenhang wird das Gabehandeln immer wieder als angemessener Ausdruck der Gerechtigkeit Gottes eingeführt, um die an den Rand Geratenen wieder in die Gemeinschaft zu integrieren und ihnen

<sup>5</sup> *Martin Luther*: Der Kleine Katechismus, Gütersloh 2015 (Der erste Artikel von der Schöpfung).

durch großzügiges Abgeben und Teilen die Existenz zu sichern. Gerade in den Gesetzen der Thora finden sich immer wieder Weisungen, wie bei Missernten oder in Dürrezeiten ein gerechter Ausgleich in der vorfindlichen Gesellschaft möglich werden soll. Und die Propheten nehmen in ihrer Gesellschaftskritik Bezug auf diese Form einer ausgleichenden Gerechtigkeit durch geregelte Gaben an die Armen und Ausgegrenzten.

### *3.3 Der werbende Gott*

In der Schöpfung bleibt Gott nicht bei sich selbst, sondern tritt aus sich heraus und schafft ein Gegenüber. In der Menschwerdung Gottes in Jesus Christus zeigt sich ebenso, dass Gott sich selbst nicht genug ist. Gott wird Mensch und wirbt in Jesu Christi um die Menschen. Der Missionsbefehl (Mt 28) erinnert daran, dass auch die Christinnen und Christen nicht bei sich selbst bleiben, sondern ihre Überzeugung in die Welt tragen und Menschen für die gute Sache des Glaubens gewinnen sollen. Dies geschieht vor allem durch Predigt und Lehre des Wortes Gottes. Nach biblischem Zeugnis wirbt Jesus zudem durch seine Taten und sein Handeln. Diese Strahlkraft bewirkt, dass Menschen über Jesu Wunder, Heilungen und Worte zu Anhängern werden, über soziale Grenzen hinaus.

Kirchliches Fundraising nimmt diesen Aspekt auf, indem es über Projekte kirchlicher Arbeit für den Glauben begeistern möchte. Dies ist dann auch der missionarische Impuls des Fundraisings, Menschen als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Reich Gottes zu gewinnen. Fundraising ist Werbung für Gott. Es möchte für den Glauben ausstrahlen und werben, und es baut christliche Gemeinde auf.

### *3.4 Gottes Charis als Gnade, Gabe und Dank*

Die Sammlung für die Armen in Jerusalem ist nicht nur ein Herzensanliegen, sondern auch eines der Lebensprojekte des Paulus. Durchgehend in seinen Briefen, aber vor allem im achten und neunten Kapitel des zweiten Korintherbriefes wirbt er leidenschaftlich, rhetorisch brillant und mit einem hinreißenden Charme für diese Sache. Die Kollekte muss ihre Bewährungsprobe bestehen, aus freien Stücken erfolgen und nicht unter Zwang, also ohne aus den Werken des Gesetzes zu kommen.

Im Anschluss an die Arbeiten von Dieter Georgi und Magdalene L. Frettlöh sollen vier Kriterien benannt werden, die für die Gabe der Kollekte bezeichnend sind:

- (a) Sie teilt und verteilt die *Charis*, die Gnade Gottes.
- (b) Sie ist der Gradmesser für die Glaubwürdigkeit der christlichen *Koinonia* (Gemeinschaft).
- (c) Sie zielt auf einen guten und gerechten Ausgleich zwischen den Gemeinden.
- (d) Das Geben in der Kollekte bezeichnet Paulus als *Leiturgia*, als Gottesdienst.

„*Charis* ist das Leitmotiv der paulinischen Werbekampagne für die Jerusalemer Kollekte.“<sup>6</sup> Und in der Kollekte kommt die *Charis* Gottes zum Ausdruck. Mehr noch, indem Paulus für beides, für das göttliche Geben und Nehmen und für das menschliche Geben und Nehmen, denselben Begriff der *Charis* gebraucht, verschränkt er die göttliche Gerechtigkeit und das menschliche Tun in einer nahezu ununterscheidbaren Weise. Religion und Ökonomie werden so aufs Engste aufeinander bezogen. So gebraucht Paulus für Gnade, Gabe, Kollekte und Dank dasselbe Wort: die *Charis*. Indem die Gemeinden die Kollekte weitergeben, geben sie die Gnade weiter; und wenn sie die Gnade weitergeben, zeigt sich dies auch in der Kollekte.

Gott gibt: reichlich und großzügig, üppig und überschwänglich, aus der Fülle und begabt überreich; Gott macht in Christus eine „Vorgabe“, und dieser „Überfluss“ der *Charis* wird zwischen den Gemeinden weitergegeben.

Die Kollekte für die Jerusalemer Gemeinde ist für Paulus keine isolierte Spendenaktion und keine einmalige solidarische Hilfe für die armen Judenchristen in Palästina. Es geht um das Selbstverständnis der einzelnen Gemeinden und um das Selbstverständnis der christlichen Gemeinschaft als Ganzes. Und Paulus plädiert für einen Ausgleich als Ziel der Gabe. Nicht in einer asymmetrischen Weise,<sup>7</sup> sondern als Ausdruck der „*diakonia*“ ist das Geben und Nehmen ein wechselseitiges, reziprokes Gebeereignis. Die Gemeinden bedürfen sich gegenseitig und profitieren von den unterschiedlichen Charismen, die in den Einzelgemeinden vertreten sind.

Die Kollekte konstituiert somit ein Austauschverhältnis. „Die vor Gott gleich sind, sollen es auch untereinander werden.“<sup>8</sup> Nicht Scham und Demütigung sind die Gefühlslagen der Beschenkten, sondern das selbstbewusste Wissen, selbst Katalysator der göttlichen Gnade zu sein.

Damit wird die Kollekte zum einigenden sozialen Band der Gemeinden untereinander und stärkt als *Koinonia* die Einheit der Gemeinden. Sie ist

<sup>6</sup> *Magdalene Frettlöh*: Der Charme der gerechten Gabe. Motive einer Theologie und Ethik der Gabe am Beispiel der paulinischen Kollekte für Jerusalem; in: *Jürgen Ebach u. a.* (Hg.): „Leget Anmut in das Geben“. Zum Verhältnis von Ökonomie und Theologie, Gütersloh 2001, 141.

<sup>7</sup> Vgl. ebd., 147.

<sup>8</sup> Ebd.

Ausdruck des gemeinsamen Glaubens und damit das sichtbare gemeinsame Band, dem eine integrierende und integrative Funktion zukommt. Damit wird das Geben selbst „Leiturgia“, ein angemessener Gottesdienst als Antwort auf Gottes großzügiges zuvorkommendes Geben. Gott, der Geber aller Gaben, verausgabt sich, und ihm wird durch das Entsprechungsverhältnis des Weiter-Gebens dafür gedankt. Die Gabe ist alltäglicher Gottesdienst, in ihr wird Gott für seinen Reichtum gedankt, und in ihr verschränken sich die Gnade, die Gerechtigkeit und wohl auch Schönheit und Charme des Gebens und Nehmens.

#### 4. *Gabe und Reformation*

Es ist bemerkenswert, dass gerade im Protestantismus und insbesondere nach der Reformation ausführliche Stiftungsgründungen existieren: Kirchen, in denen sich Stifterinnen und Stifter durch das Stiften von Orgeln, Bildern, Altären, liturgischen Gegenständen und Kirchenbänken engagierten, die Armenpflege in den Gemeinden unterstützten oder mit Stipendienstiftungen den theologischen Nachwuchs förderten. Entgegen der lange vertretenen Meinung, das Stiftungswesen sei mit der Reformation in die Krise geraten, sehen wir heute wieder deutlich, wie das freiwillige Geben, Schenken und Stiften nach der Reformation nicht abbrach, sondern neu gedeutet wurde.<sup>9</sup>

In den evangelischen Reichsstädten insgesamt findet sich eine ausgeprägte Mentalität, der Stadt Bestes zu suchen.<sup>10</sup> Konstitutiv war dabei die Beförderung der gesellschaftlichen Belange im Sinne eines neuen protestantischen Selbstverständnisses. So haben sich gerade nach der Reformation die Evangelischen für die städtische Armenfürsorge mit ihren privaten Mitteln eingesetzt und den Neubau von Kirchen finanziert, die dem neuen evangelischen Raumkonzept entsprachen, samt der Innenausstattung: Orgeln, Altäre, Kanzeln und liturgische Gegenstände. Auch die künstlerisch wertvollen, neuen evangelischen Bildprogramme an den Emporen – oder sonstige Kunst im Kirchenraum – standen im Interesse der Stifterinnen und Stifter.

<sup>9</sup> *Thomas Kreuzer/Gury Schneider-Ludorff*: Stiftungen, Stipendien, Stifte; in: *Volker Leppin/Gury Schneider-Ludorff*: Das Luther-Lexikon, Regensburg 2015, 662–663.

<sup>10</sup> *Gury Schneider-Ludorff*: Stiftungen in den protestantischen Reichsstädten der Frühen Neuzeit; in: *Sita von Reden* (Hg.): Stiftungen zwischen Politik und Wirtschaft (Historische Zeitschrift/Beiheft NF 66 [2015]), 123–140.

Zudem wurde durch großzügige Gaben das gesamte Bildungssystem im evangelischen Bereich strukturiert. Heute wird das umfassende Stipendienwesen in den evangelischen Reichsstädten Nürnberg oder Ulm neu entdeckt, aber auch in den landesherrlichen Universitätsstädten wie Tübingen, Marburg oder Jena. Auch hier haben solvente Geber und Stifter, darunter übrigens auch viele Frauen, das Bildungssystem – vor allem die Ausbildung der Theologiestudierenden – finanziert und gesichert.

Für den evangelischen Kontext kann man also mindestens drei Bereiche benennen, in denen nach der Reformation das großzügige Geben, Spenden und Stiften eine Rolle spielt: erstens in der Finanzierung der Pfarrstellen in den Gemeinden samt der Stiftungen für protestantischen Kirchenbau, zweitens in der Armenfürsorge im Sinne des Gemeinen Nutzens (heute würde man sagen: die diakonische Arbeit) und drittens in Anschubfinanzierungen, um ein innovatives Bildungssystem auf den Weg zu bringen.

Es handelt sich also beim Geben und Stiften nach der Reformation sehr stark um ein Gestaltungsmoment. Diejenigen, die gaben, wollten gestalten; Kirche und Gesellschaft gestalten. Damit bringt die Reformation eine entscheidende Wende im Blick auf die Motivation des mittelalterlichen Gebehens: Der mittelalterliche Mensch stiftete, um „irdische Güter gegen himmlische einzutauschen“<sup>11</sup>, also um für sein Seelenheil nach dem Tode zu sorgen, die Zeit im Fegefeuer zu verkürzen und seine guten Taten von Gott angerechnet zu bekommen. Den evangelischen Stifterinnen und Stiftern ging es um die Gestaltung der Gegenwart als Dank für die von Gott – ohne eigene Werke – erhaltene großzügige Gnade.

## 5. Die Praxis kirchlichen Gebehens

### 5.1 Fundraising als Übersetzungsarbeit

Jede Verkündigungsaufgabe ist im Kern auch eine Übersetzungsleistung, indem das Evangelium zu den Menschen gebracht wird. Fundraising leistet diese Übersetzungsarbeit, wenn kirchliche und kirchengemeindliche Arbeit über den Bereich der Kerngemeinde hinaus in eine breitere lokale oder städtische Öffentlichkeit kommuniziert werden muss. Wie jede

<sup>11</sup> Berndt Hamm: „Zeitliche Güter gegen himmlische eintauschen“ – Vom Sinn spätmittelalterlicher Stiftungen; in: Udo Hahn u. a. (Hg.): Geben und Gestalten, Münster 2008, 51–66.

Gemeinde mit ihren Gottesdiensten, Veranstaltungen und Publikationen über den kerngemeindlichen Bereich hinaus strahlen möchte, so sind Fundraising-Aktivitäten prinzipiell darauf ausgerichtet, kirchliches Handeln verständlich und nachvollziehbar zu kommunizieren. Wenn ein Gemeindehaus gebaut werden soll, muss erfahrbar sein, warum es diese Gemeinschaft geben soll. Wenn eine Orgel saniert werden soll, wird die Gemeinde nachvollziehbar darlegen müssen, warum eigentlich die Orgel sonntäglich spielen muss. Wenn ein Glockenturm restauriert werden soll, ist zu erläutern, warum die Glocken überhaupt läuten sollen. Und wenn ein Kirchengeldbrief geschrieben wird, muss offengelegt werden, warum es wichtig ist, dass die Kirchengemeinde vor Ort eigentlich da ist. Fundraising beinhaltet kommunikatives und nachvollziehbares Offenlegen kirchlicher Arbeit und erfordert zugleich eine verständliche Darstellung ihrer Wirkung; und dies über die Kerngemeinde hinaus.

### *5.2 Fundraising und Beteiligung*

Fundraising schafft Beteiligung. Jede Fundraising-Aktion ist ein Angebot zur Beteiligung. Neuere Studien zu den Gebermotiven von Stiftern zeigen auf, dass der Gestaltungsaspekt ein wesentliches Motiv für Großspenden insgesamt darstellt. Menschen möchten mit ihren Mitteln, Ressourcen und Fähigkeiten etwas bewegen, gestalten und verändern. Spenden ist – so lässt sich verallgemeinern – Gestalten. Im Fundraising wird es künftig immer stärker darum gehen, diesen Gestaltungsaspekt als Gebermotiv und Geberwille in den Blick zu nehmen, gerade auch im kirchlichen Bereich. Für das Spendenverhalten gilt deshalb, dass es Menschen darum geht, mit ihren Spenden etwas zum Besseren zu wenden. Die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen von Geld, Zeit und Wissen setzen sie dafür ein, Kirche und Gesellschaft zu gestalten. Deshalb wird es im Fundraising künftig verstärkt darum gehen, sich nicht vorrangig am Bedarf der Institution zu orientieren, sondern die Beweggründe und den Willen der Geberinnen und Geber in den Blick zu nehmen und diese zu befragen. Dieser Schritt zu einer Geberorientierung korrespondiert mit einer Beteiligungskirche, in der mündige Christinnen und Christen ihr Geld, ihre Zeit und ihre Fähigkeiten einbringen. Auch im kirchlichen Fundraising ist davon auszugehen, dass dieser Partizipationsaspekt künftig eine immer stärkere Rolle einnehmen wird. Gebende wollen nicht nur geben, sondern auch teilhaben, sich einbringen, mitreden und mitbestimmen, wie die von ihnen eingebrachten Ressourcen Verwendung finden. Für die Kirche als Institution und für die Kirchengemeinden allgemein bedeutet dies ein weiterer wichtiger Schritt

zu einer partizipativen Auffassung von Kirche; und ist damit zu verstehen als eine Form des Priestertums aller Gläubigen.

### *5.3 Fundraising und Gemeindeentwicklung*

Dem Fundraising eignet eine bewahrende und eine auf innovative, auf Wachstum ausgerichtete Funktion. Häufig investieren Gemeinden in den Aufbau des Fundraisings, wenn es um die Bestandswahrung von Stellen, Gebäuden oder um Ausstattung geht. Damit stabilisiert Fundraising die bestehenden Verhältnisse einer Kirchengemeinde. Zugleich sind Fundraising-Aktivitäten immer wieder darauf ausgerichtet, das Wachstum einer Gemeinde zu befördern und zu beschleunigen, wenn es um die Einrichtung neuer Stellen, das Erschließen neuer Arbeitsbereiche oder um Neubauten geht. Gerade auch Innovationen werden im kirchlichen Raum über private Spenden realisiert, und Stiftungsmittel werden meist zur Anschubfinanzierung von Neuerungen genutzt.

Damit trägt Fundraising sowohl zur Stabilisierung als auch zum Wachstum der Kirche bei. Grundlage all dieser Fundraising-Aktionen ist eine wertschätzende Kommunikation zu Mitgliedern und Interessierten, die für die Kirchengemeinde begeistert und in ihre Projekte involviert werden sollen. In diesem Sinne ist Fundraising Gemeindeaufbau. Dadurch werden im besten Fall die Grenzen zwischen „Kerngemeinde“ und „Distanzierten“ überwunden, weil das Projekt im Mittelpunkt steht und alle zum Gelingen beitragen werden. Dies kann denn auch als gemeinschaftsstiftende Dimension des Fundraisings bezeichnet werden. Über Fundraising-Aktivitäten konstituieren sich neue Beziehungen und neue Formen der Sozialität.

### *6. Leitsätze für das Fundraising in der Kirche*

- (1) Gott ist der Ursprung aller Gaben. In jeder Fundraising-Aktivität geben Christinnen und Christen als Empfangene und Beschenkte die zuvor empfangene Gnade weiter.
- (2) Geben konstituiert Beziehungen. Kirchliches Fundraising zielt auf den Aufbau, den Erhalt und die Kultivierung von Beziehungen.
- (3) Fundraising ist selbstverständlicher Teil kirchlichen Handelns. Dabei geht es nicht nur um das Einnehmen zusätzlicher Spenden, sondern um die Gaben der Gemeinde insgesamt. Damit zielt Fundraising auch auf die Stabilität der Kirchensteuer.

- (4) Fundraising ist Mitgliederorientierung. Der Fokus des Fundraisings ist nicht das Geld, sondern die Menschen mit ihren Ressourcen, ihrem Vermögen und ihren Fähigkeiten.
- (5) Fundraising stiftet Identifikation. Durch Fundraising-Aktivitäten entsteht eine besondere Zugehörigkeit der Mitglieder zu „ihrer“ Gemeinde und „ihrer“ Kirche. Dies schafft Bindung und Einsatz.
- (6) Fundraising ist Gemeindeentwicklung. Immer wieder sind es die innovativen Projekte, die über Fundraising-Kampagnen auf den Weg gebracht werden. Dies setzt ein beachtliches Maß an Kreativität, neuen Energien und finanzielle Mittel frei.
- (7) Fundraising stiftet Gemeinschaft. Jede Fundraising-Aktion motiviert unterschiedliche Personen in der Gemeinde und darüber hinaus zur Beteiligung.
- (8) Geben ist Teilen. Fundraising zielt auf den gerechten Ausgleich unter den Gemeinden und in den Gemeinden.
- (9) Geben ist Gestalten. Jede Fundraising-Aktivität wird über die Orientierung an den Motiven und am Willen der Geberinnen und Geber den Gestaltungsaspekt des Gebens besondere Beachtung zukommen lassen.
- (10) Fundraising zielt auf Beteiligung und Aktivierung. Damit entspricht es der reformatorischen Idee des Priestertums aller Gläubigen.
- (11) Fundraising mobilisiert Gaben und Talente. Im Fundraising wird die Vielfalt des Wissens und Könnens für kirchliche Arbeit entbunden und aktiviert.
- (12) Fundraising verändert Kirche und Gesellschaft. Selbstbild, Selbstverständnis und Kommunikation werden über Fundraising-Kampagnen reflektiert, reformuliert und weiterentwickelt.