



**Aus der Praxis –  
für die Praxis 2020**

**Fundraising in der Kirche**



**Nehmenskunst  
und Gebensfreude**

# Inhaltsverzeichnis

Editorial	3	Wer über den Tellerrand schaut, sieht den gedeckten Tisch!	40	Himmel un Ääd	76
<b>ERKUNDEN</b>		Ausbau der Friedenskirche in Bochum-Stahlhausen zum Stadtteilzentrum Q1		Begegnungscafé in Altenberg	
Begabt zu geben	5	Holger Nollmann		Achim Rieks	
Biblisch-theologische Überlegungen zum Fundraising der Kirche		Gut vorbereitet für die letzte Reise	44	Eine Gemeinde – viele Spendenanliegen	80
Hansjörg Federmann		„Was bleibt.“ im Evangelischen Kirchenkreis Minden		Transparente Projektvielfalt in Unna	
Engagiert für das Reich Gottes	8	Carola Mackenbrock		Detlev Main	
Fundraising als Gemeindeentwicklung		Über Testamente sprechen – Wie geht das?	48	„Bleib am Leben!“	82
Christoph Nötzel		Dr. Torsten Sternberg		Online-Fundraising für die Krisen-Kompass-App	
Von den Stärken her denken	12	Ein Geschenk, das viele glücklich macht	50	Birgit Knatz	
Wertschätzende Erkundung als Zugang zum Fundraising		Anlass-Spenden als Fundraisinginstrument		<b>BETEILIGEN</b>	
Ernst-Eduard Lambeck		Barbara Temminghoff		Mitmachen lohnt sich	85
Aufrecht bitten, herzlich danken	18	Mehr als der Spendenbutton	54	Das Fundraising-Team der Gemeinde Bredenscheid-Sprockhövel	
Haltung im Fundraising		Maik Meid		Arne Stolorz	
Sieglinde Ruf, Hansjörg Federmann		<b>ERLEBEN</b>		Verbunden durch den guten Zweck	88
Gutes erhalten – Freiräume öffnen – Mitgliedschaft stärken	22	Ein kostbarer Ort	59	Förderverein Gemeindehaus Lipperode	
Die Rolle freiwilliger Unterstützung für die Kirchenfinanzierung der Zukunft		Das Haus der Stille in Rengsdorf		Horst Bentler	
Dr. Thomas Kreuzer		Irene Hildenhagen		Engagement für die Zukunft, Unterstützung für die Ewigkeit	92
<b>GESTALTEN</b>		Einen Schatz bewahren	62	Gemeindliche „Evangelische Stiftung Jugend in der Kirche“ Kaiserswerth	
Ein Event mit Tradition	27	Karl-Heinz-Struve		Christiane Wicht-Stieber	
Schildgener Himmelfahrtslauf		Wenn der Mensch im Mittelpunkt steht	64	Was Stifterinnen und Stifter bewegt	96
Antje Rinecker im Interview mit Christoph Nötzel		Solidarität zwischen Gemeinden in Dortmund		Dachstiftung „ernten und säen“ in Recklinghausen	
Meine Kirche – dafür habe ich etwas übrig	30	Renate Fischer, Ingo Maxeiner, Birgit Worms-Nigmann im Interview mit Silke Lück		Dr. Barbara Gierull	
Der Kirchengeldbrief im gemeindlichen Alltag		„Talente versilbern“	68	<b>BEACHTEN</b>	
Dietrich Schneider		Eine biblisch inspirierte Fundraisingaktion in Hattingen		Vier Schlüssel zum Erfolg	99
Wie die Kollekte zum Erlebnis wird	35	Friedhelm Schumacher-Zöllner		Voraussetzungen für Ihr Fundraising	
In fünf Schritten vom Pflichtprogramm zur Kür		„Das Feld ist weit, der Möglichkeiten sind viele ...“	72	Sieglinde Ruf	
Matthias Kleiböhmer		Kulturfundraising in Münster		Was dürfen, müssen, sollen wir tun?	102
Auf dem Kirchhof weht der Duft von Thymian	38	Dr. Heike Plaß		Recht und Ethik im Fundraising	
EU-Förderung zur Neugestaltung eines historischen Kirchplatzes				Hansjörg Federmann	
Anja Halatscheff				Hier finden Sie Unterstützung	104
				Beratungs- und Bildungsangebote	
				Glossar, Literatur & Links, Veröffentlichungen	106

Impressum: „Aus der Praxis – für die Praxis“ wird herausgegeben vom Institut für Gemeindeentwicklung und missionarische Dienste der Evangelischen Kirche von Westfalen (igm), Olpe 35, 44135 Dortmund und dem Zentrum Gemeinde und Kirchenentwicklung der Evangelischen Kirche im Rheinland, Missionsstraße 9a, 42285 Wuppertal. Redaktion: Hansjörg Federmann, Silke Lück, Ingo Nesperke, Christoph Nötzel, Sieglinde Ruf. Design: jungpartner.de, Auflage: 5.000 (jährlich); Druck: wby Media GmbH & Co. KG, Bielefeld. Bildnachweis Titelbild: © iStockphoto Wand\_Prapan

# Editorial

*Liebe Leserin, lieber Leser,*

„Wir wollten Geld – und haben Menschen gewonnen!“ Diese Erfahrung machen viele, die den Weg des Fundraisings einschlagen. Wer gibt, schenkt dabei ein Stück von sich selbst und identifiziert sich mit der unterstützten Sache. Und wer bittet, erzählt von sich, seinen Plänen und Ideen. Fundraising bedeutet, solche Beziehungen aktiv zu knüpfen und zu pflegen. Auf zeitgemäße Weise verwirklicht es einen uralten Wesenszug der Kirche, den schon die Bibel beschreibt: Das Bitten um freiwillige Gaben für Gottes Sache – und die Entdeckung, wer alles solche Gaben einbringen kann. Was aber genau ist Fundraising? Henry Rosso, einer der Pioniere in diesem Feld, beschreibt es als „die sanfte Kunst, Menschen die Freude am Geben zu lehren.“ Pragmatischer kann man sagen: Fundraising meint alle Aktivitäten, durch die eine soziale Organisation Unterstützung gewinnt. Und die kann in ganz unterschiedlichen Formen entstehen: Geld- oder Sachspenden, aber auch Engagement oder Talent, das Menschen einbringen. Die Verbindung bewährter Instrumente mit aktiver Planung und langfristiger Perspektive macht Fundraising zu einer besonderen Kunst – die deshalb auch mit keinem anderen Begriff wirklich treffend beschrieben wird. In vielen Gemeinden hat Fundraising über die Erschließung finanzieller Möglichkeiten hinaus neue Veranstaltungen, Kontakte und Gemeinschaftserlebnisse entstehen lassen. Fundraising ist eine eigene Weise, dem Glauben gemeinsam Gestalt zu geben. Wir erleben das an

vielen Orten – und wollen Ihnen mit diesem Heft Appetit darauf machen. In einer besonderen Weise gilt das für die Evangelische Kirche im Rheinland, wo die Arbeit der landeskirchlichen Koordinierungsstelle Fundraising im Januar 2020 endet und die Verantwortung nun weitestgehend in den Händen der Gemeinden und Kirchenkreise liegt. Ganz besonders herzlich danken wir den Autorinnen und Autoren, die dieses vielfältige Heft durch ihre Beiträge möglich gemacht haben, dem Redaktionsteam, das die inhaltliche Linie bestimmt hat, und der Agentur jungepartner, der es seine Gestalt verdankt. Lassen Sie sich anstecken und inspirieren!

## Herausgeber



Christoph Nötzel, stellv. Leiter des Zentrum Gemeinde und Kirchenentwicklung der Evangelischen Kirche im Rheinland (bis 30.11.2019)



Sieglinde Ruf, Referentin für Fundraising der Evangelischen Kirche im Rheinland



Ingo Nesperke, Leiter des Instituts für Gemeindeentwicklung und missionarische Dienste der Evangelischen Kirche von Westfalen



Hansjörg Federmann, Pfarrer für Fundraising und Mitgliederbindung im Landeskirchenamt der Evangelischen Kirche von Westfalen

## Redaktionsteam dieser Ausgabe

Hansjörg Federmann  
Dr. Barbara Gierull  
Ernst-Eduard Lambeck  
Silke Lück  
Ingo Nesperke  
Christoph Nötzel  
Sieglinde Ruf  
Dietrich Schneider  
Karl-Heinz Struve

# Von den Stärken her denken

## Wertschätzende Erkundung als Zugang zum Fundraising



Die Moderationstechnik *Wertschätzende Erkundung*<sup>1</sup> (engl. *Appreciative Inquiry*) hilft beim Fundraising, indem sie den Blick vom Mangel auf die Stärken Ihrer Gemeinde bzw. Einrichtung richtet. Im Fokus stehen dabei gute Geschichten, die Außenstehende überzeugen – und nach innen stärken und motivieren.

Fundraising lebt aus der Überzeugung, dass Sie eine wertvolle Arbeit leisten, die Ihr Umfeld wirklich braucht. Aber oft ist der Blickwinkel umgekehrt: Der Mangel treibt Sie an – zu wenig Geld, zu wenig Ehrenamtliche, zu wenig Ausstattung. Doch für Mangel werden Sie niemanden begeistern.

Zu der Fundraising-Perspektive, Menschen für Stärken zu begeistern, passt hervorragend die Methode der Wertschätzenden Erkundung. Sie schaut auf die guten Geschichten, die das Wertvolle Ihrer Arbeit zeigen und auf die Momente, die Sie mit Freude und Stolz erfüllen. Mit potenziellen Unterstützer\*innen darüber zu reden, begeistert beide Seiten.

Das Herzstück der Methode ist die radikale Ressourcenorientierung. Der Tanz um das Problem hört auf, gute Geschichten füllen den Raum und wecken neue, ansteckende Ideen. Oft ist den Beteiligten ihr Potenzial, das sie für andere attraktiv macht, nicht bewusst – die Wertschätzende Erkundung hebt es ans Licht. Mit dem, was Sie tun, haben Sie schon ein Goldstück in der Hand, das leuchten will.

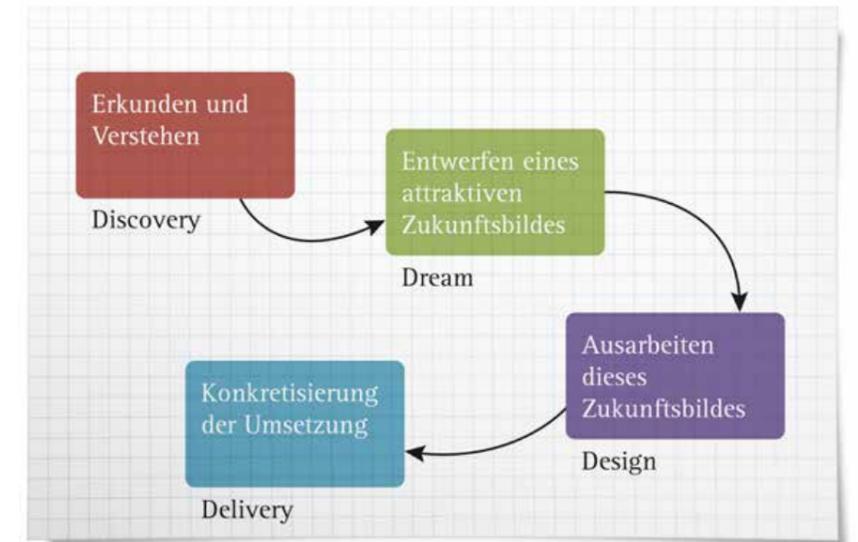
<sup>1</sup> Eine Einführung in die Methode mit vielen Planungshilfen bietet Zur Bonsen, Matthias / Maleh, Carole: *Appreciative Inquiry. Der Weg zu Spitzenleistungen*, Weinheim 2012

### Der Fluch oder Segen, ein Bild von sich zu haben

Der sogenannte Pygmalion-Effekt verstärkt das eigene Bild über sich und schreibt unwillkürlich diese Wirklichkeit fort. In einem Feldexperiment der Psychologen Robert Rosenthal und Lenore F. Jacobson wurde gezeigt, dass Schüler\*innen abhängig von der Sicht und Erwartungshaltung ihrer Lehrer gute oder schlechte Leistung erbrachten. Übertragen auf die Kirchengemeinde oder Einrichtung kann das heißen: Die Beschäftigung mit den Schwächen wird die Organisation vermutlich eher schwächen. Das Fokussieren auf Momente der Kraft wird sie hingegen stärken. „Wir verstärken das, worauf wir unsere Aufmerksamkeit richten.“

### Problemlösung vs. Wertschätzende Erkundung

Problemlösungsansatz
Probleme identifizieren
Problemursachen erforschen
Auf das Entstehen von Problemen fixiert sein
Gegensteuern und Lösungen suchen
Gegenmaßnahmen planen
AI-Ansatz
Starke Momente feiern
Ursachen des Gelingens aufspüren
Wertschätzen und stolz sein können
Faktoren des Erfolgs ausbauen
Planen, was zukünftig möglich sein wird



Die Methode ist von vier Schritten geprägt, wobei der Erste der Wichtigste ist: „Discovery“ (Erkunden und Verstehen), „Dream“ (Entwerfen eines attraktiven Zukunftsbildes), „Design“ (Ausarbeiten dieses Zukunftsbildes) und „Delivery“ (Konkretisierung der Umsetzung).

### Vorbereitung

Eine Vorbereitungsgruppe plant den Prozess und stellt die Fragen für die Interviews zusammen, die eine zentrale Stellung einnehmen. Dazu durchläuft sie selbst die Interviews. Sie stellt für den ersten Workshop die Einladungsliste mit Menschen aus der Gemeinde / Einrichtung zusammen.

Für den zweiten Workshop identifiziert sie mögliche Förderinteressierte und lädt sie rechtzeitig ein. Auch dies kann eine inspirierende Form der Schatz-Suche sein. Dabei werden auch Personen und Firmen in den Blick genommen, die bisher noch an der Peripherie oder außer-

halb Ihrer Förder-Community stehen. Deren späterer Unterstützungsbeitrag muss nicht nur Geld sein. Eine wichtige Rolle könnte auch ihre berufliche Expertise oder ihr Netzwerk spielen.

### Voraussetzungen für einen gelingenden Prozess sind:

- Breite Beteiligungsmöglichkeit
- Querschnitt des Systems beteiligen
- Klare Vorstellung der positiven Veränderung
- Genügend Zeit zum Erzählen
- Bereitschaft und Ressourcen für die Umsetzung

Im Folgenden stellen wir beispielhaft einen Workshop zum Fundraising vor, bei dem an zwei Tagen mit der Wertschätzenden Erkundung gearbeitet wird. Sein Titel könnte heißen: „Inspirierende Zusammenarbeit mit Menschen, die uns fördern“.

## Erster Samstag

Beteiligte: haupt- und ehrenamtlich engagierte Menschen aus allen Bereiche der Gemeinde / Einrichtung – einschließlich der Fundraising-Verantwortlichen.

			Zeit	Sozialform
08.00		Eintreffen und Kaffee	30'	
08.30	Beginning	<b>Begrüßung durch die Gemeindeleitung</b> Einstieg: Aus der Stärke heraus agieren und neue Möglichkeiten denken, um zukünftige Unterstützer*innen ins Boot zu holen.	10'	Plenum mit allen Achtergruppen
08.40		<b>Einführung in den Workshop</b> Erklärung der Methode Wertschätzende Erkundung. Gegenüberstellung Problemzentrierung <> Wertschätzende Orientierung.	10'	Plenum mit allen Achtergruppen
08.50	Discovery	<b>Start der wertschätzenden Erkundung</b> Die Teilnehmenden sitzen bereichsgemischt in Achtergruppen. In jeder Gruppe bilden sich Paare von Menschen, die sich noch nicht so gut kennen. Sie erhalten einen Interviewbogen. Die Interviews können sie auch außerhalb des Raums oder spazierend führen. <b>1. Fragen zur Attraktivität ihrer Organisation (5')</b> Erzähl mir von deiner Anfangszeit in unserer Gemeinde / Einrichtung. Wann kamst du dazu? Was hat dich angezogen? Was waren deine ersten positiven Eindrücke? <b>2. Fragen nach den besten Momenten (12')</b> Erinnere dich an einen Zeitraum oder ein Ereignis in unserer Gemeinde / Einrichtung, in dem du besonders begeistert warst, wo du dich besonders gut einbringen und etwas bewirken konntest. Was ist da geschehen? Wer war dabei? Was ermöglichte dieses Erlebnis? <b>Wir kommen nun zu unserem Kernthema: Vielleicht hast du bereits Erfahrungen sammeln können - wenn auch kleine - in der Zusammenarbeit mit außenstehenden Kooperationspartner*innen unserer Gemeinde:</b> An welcher Stelle hast du mitgewirkt, bei der du das Gefühl hattest, das gesellschaftliche Umfeld positiv zu beeinflussen? Gab es einen Moment, bei dem andere uns unterstützt haben? Wie gelang es, sie zu motivieren und wie sah die Zusammenarbeit aus? Was hat da gut funktioniert? An welcher Stelle waren Kooperationspartner*innen stolz auf uns – und wir auf sie? Wie wurde die Zusammenarbeit kommuniziert? <b>3. Auswertung (3')</b> Welches sind deiner Meinung nach die Schlüsselfaktoren bei uns gewesen, erfolgreich mit den Kooperationspartner*innen zusammenzuarbeiten?	2 x 20'	Interview in Duos: Eine*r führt mit den Fragen durch das Interview und zeigt dabei seine Neugier – die andere Person erzählt. Nach 20 Minuten wechseln die Rollen. Zuvor kann sich die Person, die gefragt hat, Notizen machen.

			Zeit	Sozialform
09.30	Discovery	<b>Austausch in den Achtergruppen</b> Die Interviewer*innen berichten in der Gruppe von den Erlebnissen des Gegenübers und legen die Stärken offen, die darin sichtbar werden. Alle Erfolgsfaktoren werden gesammelt und es wird entschieden, welche quer zu den Geschichten die bedeutendsten sind. Sie werden auf Karten geschrieben.	45'	Achtergruppen
10.15		<b>Zusammentragen im Plenum</b> Die Achtergruppen stellen die Erfolgsfaktoren aus ihren Geschichten vor, die an einer Moderationswand gesammelt und geclustert werden. Hier wird nach gemeinsamen Mustern und Werten gesucht.	45'	Plenum
11.00		<b>Kaffeepause</b> Die Pause wird genutzt, die Erfolgsfaktoren zu bepunkten, die eine Hebelwirkung haben, um Unterstützer*innen stärker in die Arbeit einzubeziehen.	20'	Plenum
11.20	Dream	<b>Ideenschmiede</b> Das Vorbereitungsteam stellt vor, welche Personen beim zweiten Workshop als Interessierte teilnehmen. Das setzt die Entdeckung der Stärken in Beziehung zu den potenziellen Förderer*innen. Es können Vorschläge für weitere Einzuladende gesammelt werden. Eine Auswahl der Geschichten wird aufbereitet und herausgearbeitet, wie Unterstützer*innen die Arbeit befördern können. Es entstehen visionäre Szenarien, wie sich die Kooperation entwickeln könnte. Ansatzpunkte sind die Arbeitsfelder, die einzigartig oder besonders stark sind – und das, was in ihnen erreicht werden soll. Unterschiedliche Kooperationen werden durchdacht: Unterstützung durch Finanz-, Sach-, KnowHow- oder Zeitspenden etc. Auch der Gewinn für die Unterstützungspartner*innen wird beschrieben. Was können sie hier Gutes und Sinnvolles tun?	100'	Start im Plenum, dann Kleingruppen nach Interesse
13.00		<b>Mittagspause</b>	60'	
14.00		<b>Kreative Exposés für Präsentationen entwickeln</b> Kurzfilme, Interviews, graphic recording etc. Umsetzung planen und vereinbaren	90'	Weiterarbeit in Kleingruppen
15.30		<b>Kurzvorstellung der Exposés</b> Abschluss mit Dank Ausklang mit einem Kaffeetrinken	30'	Plenum

