

Fürs Geben begeistern.



Individuelle
Planung



Zielgenaue
Lösung



Gemeinsames
Handeln

Grundlagen | Arbeitshilfe 1.1

Gott und Geld

Zur Grundlage kirchlichen Fundraisings.

Austrittswellen und demografische Umbrüche führen für die Kirchen in Deutschland zu sinkenden Kirchensteuereinnahmen. Durch diese erheblichen finanziellen Einbußen wandeln sich die Kirchen auf allen Ebenen zu Spenden sammelnden Organisationen. Die systematische und kontinuierliche Ressourcenbeschaffung für Non-Profit-Organisationen wird Fundraising genannt.

Gott und Geld – ein Widerspruch in sich?

Zunächst gilt es, eine Verhältnisbestimmung zwischen Gott und Geld vorzunehmen. „Woran du dein Herz hängst und worauf du dich verlässt, das ist eigentlich dein Gott“ (Martin Luther). Es gibt genügend Menschen, die ihr Herz ans Geld hängen: Viele Menschen verwenden in Ihren Berufen viel Zeit damit, Geld zu vermehren. Manche verlieren sich in diesem Wahn, doch „wir haben nicht das Recht, diese Menschen für ihre Gotteswahl zu verurteilen, da wir es bei Menschen, die Drogen oder Alkohol zu ihren Göttern erheben, auch nicht tun. Für manche Menschen ist Geld die Religion oder Droge.“¹

Jesus trifft sich mit dem Geldmenschen Zachäus.² Zachäus ist isoliert. Jesus erreicht ihn in seiner Bedürftigkeit und bietet ihm Gemeinschaft an. Das ist das, was Zachäus nötig hat. Die Kirche hat nicht in ökonomische Werte, sondern in menschliche Beziehungen zu investieren. Die Kirche ist weder Markt noch Staat, sondern Gemeinde und Gemeinschaft. Das Geld ist weder des Teufels, noch ist es Gott. Es ist Mittel und Werkzeug, wie das Feuerzeug, mit dem wir die Altarkerzen anzünden.

Inhalt

- Gott und Geld
- Kirche und Geld
- Almosen
- Fundraising
- Über den Autor

Die Erzdiözese Freiburg braucht Fundraising nicht nur, um die finanzielle Stabilität der Diözese und der Gemeinden zu sichern. Fundraising bietet darüber hinaus die Möglichkeit, dass sich Kirche in der Welt von heute positioniert:

- Fundraising ist ein lebendiges Instrument, um die Bindung zwischen Kirche und Menschen zu stärken.
- Fundraising ist ein Wiederbeleben christlicher Traditionen, wie sie bereits in den biblischen Schriften beschrieben wurden.
- Fundraising ist ein Prozess, in dem aus gemeinsamen Werten ethische Standards entwickelt werden.

Die Kirche braucht Geld, nicht um des Geldes willen, sondern der Liebe wegen. Geld ermöglicht Chancen. Geld sollte demnach weder dämonisiert noch zum Gott erhoben werden. In der Kirche geschieht kein Austausch an Leistung, sondern ein „Austausch an Seele“⁴³. Daraus erwächst die Fantasie für die Projekte, die einen menschlichen Mehrwert haben, der kein ökonomischer Wert mehr ist. Dazu braucht es aber Menschen, die der Kirche Investment als Vertrauensvorschuss geben. Kirchensteuerpflichtige wie Spenderinnen und Spender tun Gutes und wir sind dafür zuständig, dass sie spüren und sehen können, wie das gelungen ist. Fundraising ist ein lebendiges Instrument, um die Bindung zwischen Kirche und Menschen zu stärken.

Kirche und Geld – eine seltsame Beziehung?

„Leider sind wir es kaum gewohnt, finanzielle Fragen unter theologischem Gesichtspunkt zu erörtern. Es ist bemerkenswert, dass das umfangreiche ‚Handbuch der Pastoraltheologie‘ nur sehr knappe Ausführungen über Geld, Finanzierung oder Kollekten aufweist. Zwar ist von kirchlichen Hilfswerken die Rede, aber es wird nicht gefragt, wie viel eine Kirche kostet, wie sie im Handbuch dargestellt ist – eine seltsame Scheu, und dies bei einer Kirche, die ansonsten recht gut versteht, mit Geld umzugehen.“⁴⁴

Das Unbehagen, das gelegentlich bei der Mittelbeschaffung anzutreffen ist, stellt die Frage nach den theologischen Grundlagen systematischen Fundraisings im kirchlichen Raum. Die Kirchensteuer ist ja ein relativ neues Instrument zur Finanzierung der Kirchen. Nach Beendigung des Kulturkampfes entsteht der Gedanke, die Kirchenfinanzen an das staatliche Steuersystem zu koppeln. Im Jahre 1905 unterzeichnet Kaiser Wilhelm II. ein Gesetz, das eine mögliche Erhebung von Kirchensteuern für alle Kirchenmitglieder in Form von Zuschlägen zur Einkommens- und Grundsteuer vorsieht. Die Weimarer Verfassung kennt die Kirchensteuer (Art. 137 Abs. 6 Weimarer Reichsverfassung) und auch nach Inflation und Währungsreform bleibt sie die wichtigste Säule der Kirchenfinanzierung. Das Kirchensteuersystem wird in die Bundesrepublik Deutschland übernommen und 1950 eingeführt. Die Kirchensteuereinnahmen vervielfachen sich bis in die 1990er-Jahre hinein. Beginnend mit dem konjunkturellen Einbruch am Ende der 90er-Jahre gehen die Kirchensteuereinnahmen zurück. Prognosen gehen von einer Halbierung der Einnahmen bis 2020 aus. Gründe für den Rückgang sind die Einkommenssteuerreform mit der Zunahme der indirekten Besteuerung, die wachsende Arbeitslosigkeit, die

hohe Zahl der Kirchenaustritte und die demografische Entwicklung mit weniger Steuer zahlenden Erwerbstätigen und mehr Nichterwerbstätigen (z. B. Rentnern).

Neben der Kirchensteuer ist das Fundraising eine notwendige ergänzende Säule für eine zukunftsfähige Kirchenfinanzierung. Es handelt sich dabei um die Fortführung einer christlichen Tradition. Zunächst ist es aber notwendig, die verwendeten Begriffe zu klären. Die Gabe ist ein in der Regel aus ethischen oder religiösen Gründen freiwillig gegebenes Geschenk, das beziehungs- und identitätsstiftenden Charakter besitzt. Der Begriff der „Spende“ bezeichnet eine freiwillige, unentgeltliche Leistung an Dritte. In zahlreichen geläufigen Definitionen wird die Spende zusätzlich dadurch charakterisiert, dass für die Spende keine Gegenleistung erfolgt. Diese Charakterisierung wird von der Altruismusforschung allerdings widerlegt.⁵ Das „Almosen“ ist auf das griechische Wort ἐλεημοσύνη (bzw. den älteren Terminus ἐλεος) zurückzuführen. Es bezeichnet eine Gabe an Arme und Bedürftige. In der vorchristlichen hellenistischen Kultur existierte kein Begriff für die Praxis der Wohltätigkeit. Sie wurde gesellschaftlich als nicht förderungswürdig angesehen. Stattdessen besaß der Begriff der „Gerechtigkeit“ eine zentrale Bedeutung. Die soziale Moral bezog sich in der vorchristlichen hellenistischen Kultur exklusiv auf das unmittelbare soziale Umfeld. Auch in der vorchristlichen römischen Kultur wird die Gabe von Almosen gesellschaftlich nicht gefördert. Anstelle des Almosens zugunsten der sozial Schwachen wird die Bedeutung der Wohltaten betont. Empfänger der Wohltaten sind aber nicht die Armen, sondern die Guten. Die Zuwendungen an die Armen waren nicht altruistisch motiviert, sondern zielten darauf ab, die vermögende Schicht vor Kriminalität zu schützen und die politischen Machtverhältnisse zu stabilisieren.

Almosen als jüdisch-christliches Proprium

Während in der vorchristlichen jüdischen Kultur der Reichtum zunächst als erstrebenswertes Gut betrachtet wurde, ändert sich die kulturelle Wertschätzung im Judentum nicht zuletzt unter dem Einfluss der prophetischen Sozialkritik⁶. Insbesondere in den alttestamentlichen Spätschriften wird die Armut als göttliches Gnadenzeichen verstanden. Es wurde auch tatsächlich versucht, unter der jüdischen Bevölkerung einen sozialen Ausgleich herbeizuführen. Eine religiös-soziale Bedeutung kam dabei dem Zinsverbot, dem Jubeljahr und dem Almosen zu. Die Gabe von Almosen wurde als verpflichtende Antwort des Volkes auf die Bundeszusage Jahwes gesehen, das dafür den göttlichen Segen

erwartete. Dadurch bekommt das Almosengeben eine theologisch-soteriologische Dimension, die für die spätere Wertschätzung des Almosens in der jüdisch-christlichen Kultur von wesentlicher Bedeutung ist.

Das Neue Testament greift die Wertschätzung des Almosens im Judentum auf und betrachtet die Fürsorge als einen zentralen Bestandteil seines ethischen Verständnisses. Kritisch setzt sich Matthäus in der Bergpredigt mit der weit verbreiteten Motivation auseinander, durch die öffentliche Gabe eines Almosens gesellschaftliches Ansehen gewinnen zu wollen⁷. Er weist darauf hin, dass beim Almosengeben stets das Wohl des Notleidenden im Mittelpunkt zu stehen habe. Dabei wird die im Judentum bereits formulierte soteriologische Dimension des Almosengebens aufgegriffen. Das lukanische Doppelwerk grenzt sich von der hellenistischen Ethik ab und fordert dazu auf, jenseits der eigenen sozialen Gruppierung Almosen zu geben. Das Almosenthema wird von Exegeten gar als Lieblingsthema des Evangelisten bezeichnet. Die Gabe von Almosen ist für Lukas ganz selbstverständlich eine der beiden wesentlichen Säulen praktizierter jüdischer Frömmigkeit⁸. Er weist jedoch im Gegensatz zu Matthäus, der das soteriologische Verständnis des Judentums stärker betont, nicht in gleicher Weise auf eine mögliche eschatologische Wiedergutmachung hin. Lukas betont die Bedeutung des Almosens für den sozialen Ausgleich in der Gemeinde. Paulus betrachtet die Kollekte für die Urgemeinde in Jerusalem nicht nur als sozial-caritative Sammlung, sondern als Geldsammlung im Kontext eines missionarischen und ekklesiologischen Verständnisses. Für Paulus stellt die Kollekte ein göttliches Gnadenwerk dar, in dem sich die Kirche realisiert⁹. Bei ihm wird die Motivation zum Spenden christologisch fundiert: Wie sich die χάρις in der Ganzhingabe Christi gezeigt hat, so soll sich diese nun in der liebevollen Fürsorge der Christen zeigen. Bei Paulus lassen sich im Blick auf die paulinische Kollekte als frühe Form der Spendenwerbung bis heute gültige Charakteristika des Fundraisings ablesen:

- Die Freiwilligkeit der Maßnahmen
- Die Funktion des persönlichen Kontakts
- Die Bedeutung von Transparenz und Kontrolle
- Die Bedeutung der organisierten Hilfe
- Der Aspekt der gesellschaftspolitischen Relevanz jeder Spendenaktion
- Der Aufbau des als Brief formulierten Spendenaufrufs

Das Almosen ist ein jüdisch-christliches Proprium¹⁰. Fundraising ist ein Wiederbeleben christlicher Traditionen, wie sie bereits in den biblischen Schriften beschrieben wurden.

Fundraising braucht gemeinsame Werte und ethische Standards¹¹

Modernes kirchliches Fundraising ist beziehungsorientiert. Die Beziehung zwischen der Kirche und den Spendenden steht im Vordergrund – und nicht die Spende! Die Menschen, die Zeit und/oder Geld spenden, wissen sich der Kirche und ihren Zielen verbunden. Diese Verbundenheit gilt es zu pflegen, um die Beziehung zu erhalten, zu festigen und weiterzuentwickeln.

Die Spende hat neben dem beziehungs- auch einen identitätsstiftenden Charakter. Die Verbundenheit mit der Kirche und die Identifikation mit ihrem Handeln ist aufseiten der spendenden Personen ein Teil ihres Selbstbildes. Sie trauen der Kirche zu, dass diese für ihre Werte und Ideale einsteht. Die Spende ist für die Spendenden mit einem Entwurf der eigenen Persönlichkeit verknüpft. Die Interaktion des Spendens leistet einen konstruktiven Beitrag zur Entwicklung und Bestätigung seiner Identität bzw. seines Selbstkonzepts.

Modernes kirchliches Fundraising ist darüber hinaus gemeinschaftsorientiert und hat Merkmale heutiger Vergemeinschaftung zu berücksichtigen. Das Zeitalter der Postmoderne ist von zunehmendem Individualismus geprägt. In einer Zeit, in der die Grundbedürfnisse gestillt sind, ist der Konsum ein Teil des Entwurfs der eigenen Person. Durch das, was der Mensch konsumiert, will er sich von dem einen Milieu, von der einen Gruppe abgrenzen und zu einer anderen Gruppe dazugehören. Die Gruppenzugehörigkeit ist ihm wichtig. Sie geschieht auch im Spenden, denn Spenden ist eine symbolische Interaktion mit gesellschaftlichen Bezügen¹². Es entstehen zunehmend Markengemeinschaften als konsumorientierte Form der Vergemeinschaftung¹³. Markengemeinschaften haben einen hohen Kundenbindungswert bei ihren Mitgliedern, denn in der Markengemeinschaft entwickeln sich Identität, Hierarchien, Moralvorstellungen, Beziehung und Bindung. Modernes Fundraising muss daher gemeinschaftsorientiert sein.

Die Erzdiözese Freiburg hat in ihrer Initiative „Wert-volle Zukunft“ Nächstenliebe, Glaube und Gemeinschaft in den Mittelpunkt gestellt.¹⁴ Der Schwarzwälder Bote¹⁵ hat seinen Bericht über diese Werbekampagne der Erzdiözese treffend überschrieben mit „Gefunden: eine Marke für den lieben Gott“. Die Kirche lädt die Menschen ein, Teil dieser Marken- und Wertegemeinschaft zu werden. Die gemeinsamen Werte müssen sich auch in den ethischen Qualitätsstandards kirchlichen Fundraisings widerspiegeln. Dies ist der berechtigte Anspruch der Spenderinnen und Spender, die der Kirche vertrauen.

Sowohl den Spendenzweck als auch die Fundraisinginstrumente gilt es nach ethischen Kriterien zu überprüfen:

- Ist das Projekt, für das Spenden eingeworben werden sollen, notwendig, sinnvoll und nachhaltig?
- Ist das Projekt transparent und solidarisch mit allen betroffenen kirchlichen Ebenen kommuniziert?
- Ist es angesichts der Kirchensteuer angemessen, das Projekt über Spenden zu finanzieren?
- Ist das Projekt zukunftsweisend angesichts des Rückgangs der Kirchenmitglieder und der gesellschaftlichen Bedeutung von Kirche?
- Sind die gewählten Fundraisinginstrumente wirtschaftlich und ökologisch sinnvoll?
- Bleibt der Respekt vor den Spendenden gewahrt? Gibt es eine Dankkultur? Ist der Schutz des Spenders vor Überforderung (Kirchensteuer, Klingelbeutel, etc.) bedacht?

Kirchliches Fundraising bedarf der ethischen Reflexion, um nicht einer Ökonomisierung kirchlichen Lebens Vorschub zu leisten. Die mahnenden Worte von Papst Franziskus bei der Heiligsprechung des salvadorianischen Bischofs Oscar Romero geben dabei eine gute Orientierung: „Wo das Geld im Mittelpunkt steht, gibt es keinen Platz für Gott und auch keinen Platz für den Menschen.“



- 1 Arndt Brummer, Chefredakteur von „Chrismon – Das evangelische Magazin“ auf der Tagung „Gott und Geld“ – zur Grundlage kirchlichen Fundraisings, am 16.03.2009 in Frankfurt
- 2 Lukas 19,1-10
- 3 Arndt Brummer, ebd.
- 4 Exeler, Adolf, Einführung, in: Lobinger, Fritz, Auf eigenen Füßen: Kirche in Afrika, Düsseldorf 1976, 18
- 5 Vortrag von Prof. Dr. Dr. Klaus Vellguth auf der Tagung „Gott und Geld“ – zur Grundlage kirchlichen Fundraisings, am 16.03.2009 in Frankfurt
- 6 „Ich hasse eure Feste, ich verabscheue sie und kann eure Feiern nicht riechen. Wenn ihr mir Brandopfer darbringt, ich habe kein Gefallen an euren Gaben, und eure fetten Heilsopfer will ich nicht sehen. Weg mit dem Lärm deiner Lieder! Dein Harfenspiel will ich nicht hören, sondern das Recht ströme wie Wasser, die Gerechtigkeit wie ein nie versiegender Bach“ (Amos 5,21-24 über den wahren Gottesdienst)
- 7 Matthäus 6,1-4
- 8 Lukas 18,22
- 9 2 Kor 8,1-9; 9,1-15
- 10 Prof. Dr. Dr. Klaus Vellguth, ebd.
- 11 ebd.
- 12 Beobachtungen der Kulturanthropologie (konsumorientierte Subkulturen) bei McAlexander/Schouten
- 13 Konsumentensozialisation (Markengemeinschaften) bei Muniz/O´Guinn
- 14 www.initiative-wertvolle-zukunft.de
- 15 Ralf Deckert, Schwarzwälder Bote vom 16.04.2009



*Dipl.- theol. Michael Drescher, M.A.,
Jahrgang 1961,
Pastoralreferent,
Ehe-, Familien- und
Lebensberater, Mediator,
Fundraisingmanager,
Gefängnis- und
Klinikseelsorger
in Karlsruhe*

Wir sind für Sie da.

Kennen Sie schon unsere anderen Arbeitshilfen aus den Kategorien Grundlagen, Medien, Menschen gewinnen und Menschen binden? Diese erhalten Sie auf Anfrage oder unter www.ebfr.de/fundraising

Erzdiözese Freiburg
Erzbischöfliches Ordinariat HA6 – Referat Fundraising
Schoferstr. 2 | 79098 Freiburg
Telefon: 07 61 . 21 88-401
E-Mail: fundraising@ordinariat-freiburg.de