

Fundraising

Chance auch für kirchliches Denken und Handeln?

Herrenalber Protokolle, Band 107, 74 S., broschiert, 5,50 EUR, 3. Auflage, Karlsruhe 2003, ISBN 978-3-89674-118-9.

Steuerausfälle, weniger Mittel der öffentlichen Hand und die „Kirchenrezession“ mit ihren Kirchengaustritten haben auch in den Kirchen das Interesse an neuen Formen der Finanzierung ihrer Aufgaben wachsen lassen. Mit „Fundraising“ und „Sponsoring“ hoffen manche, daß sich die finanzielle Lage zum Besseren hin entwickelt. Nicht zuletzt stellt sich aber auch die Frage nach dem Selbstverständnis von Kirche in einer Welt, in der sie mit zahlreichen anderen „Anbietern“, ob nun im religiösen, ethischen oder sozialen Bereich, im Wettbewerb steht. Damit setzt sich das Bändchen „Fundraising“ auseinander, das die Beiträge einer Tagung der Evangelischen Akademie Baden dokumentiert.



Inhalt

Alfred Jäger

Unternehmerische Konzepte in der Kirche

Thesen zur Zukunft einer Non-Profit-Organisation

Dieter Schöffmann

Fundraising oder:

Vermögensentwicklung für die gute Sache

Peter Gall

Fundraising an der Basis

Ein Erfahrungsbericht über Chancen einer erfolgreichen Finanzmittelbeschaffung (Fundraising) in einer Kirchengemeinde

Dieter Schöffmann

Wie läßt sich Fundraising in die Praxis umsetzen?

Günther Philipp

Direct Mailing und Spendenmarketing

Ein kritisches Rechenexempel am Beispiel einer sozialen Einrichtung

Kirstin Schiewe

Sozial-Sponsoring: Mark oder Moral?

Ralf Stieber

Fundraising – ein kreativer Impuls nicht nur für Finanzexperten

Zu den Autoren

Peter Gall ist geschäftsführender Pfarrer, Fundraising-Berater und Fachberater für Organisationsentwicklung und Finanzmittelbeschaffung in Kirchengemeinden, sozialen und diakonischen Einrichtungen, Meßstetten. *Professor Dr. Alfred Jäger* lehrt Systematische Theologie an der Kirchlichen Hochschule Bethel. *Dr. Günther Philipp* ist Leiter der Pressestelle des Diakonischen Werks der Evangelischen Landeskirche in Baden e. V., Karlsruhe. *Kirstin Schiewe* ist Diplom-Sozialpädagogin in Freiburg. *Dieter Schöffmann* ist selbständiger Berater für externe und interne Kommunikation (Corporate Identity, Marketing, Fundraising) von VIS a VIS, Agentur für Kommunikation, Köln. *Ralf Stieber* ist Presse- und Öffentlichkeitsreferent der Evangelischen Akademie Baden, Karlsruhe.