



Positionspapier

Spenden, Werbung und Fundraising aus evangelischer Perspektive

Inhalt

Einleitung

1. Was ist Fundraising?.....	2
2. Worauf wir achten müssen.....	4
3. Wer wir sind und was wir wollen.....	5
4. Was wir als Fundraising-Aktionen umsetzen können.....	7
5. Was die Bibel zum Geben und Empfangen sagt.....	12

Anhang

• Beispiel Spendenbrief.....	15
• Muster einer Satzung für Fördervereine.....	16
• Kontakte.....	19

Einleitung

Kindertagesstätten (Kitas) genießen ein hohes Interesse in der Gesellschaft. So werden Kindertagesstätten als Orte verstanden, in denen Mädchen und Jungen leben und lernen.

Es werden Bildungsprogramme, Lerninitiativen aber auch Informationsmaterial, Werbung und Darreichungen unterschiedlicher Akteure an Kindertagesstätten und Familien herangetragen. Die Verantwortlichen in evangelischen Kindertagesstätten stehen vor der Aufgabe Entscheidungen zu treffen, was sie davon aufgreifen, was sie lassen und wogegen sie sich im Sinne ihres Evangelischen Profils verwehren. Grundsätzlich kommt eine Finanzierung über Spenden nur für zusätzliche Projekte oder Anschaffungen in Frage; sie kann und darf keine Regelfinanzierung ersetzen.

Zusätzliche Ressourcen, in welcher Form auch immer, können die Arbeit der Kindertagesstätten unterstützen. Welche zusätzlichen Ressourcen angenommen oder angeworben werden, bedarf der Planung und Überlegung. Es ist zu bedenken, ob eine zusätzliche Ressource zum Leitbild und zur Konzeption der Kita passt. Die Kinder und ihre Eltern dürfen nicht überfordert oder überfrachtet werden. Zudem muss die Kita prüfen, ob sie die mit der Gabe in Verbindung stehenden Anforderungen erfüllen kann und will.

Mit diesem Positionspapier gibt der Fachbereich Kindertagesstätten Kita-Trägern und Leitungen Grundlagen an die Hand, um Fragen im Hinblick auf die Angebote an Kitas einerseits und die Einwerbung von Ressourcen andererseits im Vorfeld zu klären und in einem strukturierten Ablauf handeln zu können.



1. Was ist Fundraising?

Fundraising ist Beziehungsarbeit. Im Fundraising geht es darum, Menschen für einen gemeinnützigen Zweck zu begeistern, sie zu beteiligen und mit ihnen etwas gemeinsam zu gestalten. Übersetzt bedeutet Fundraising „Kapital erschließen“ oder „Mittel einwerben“. Aber es geht im Fundraising um viel mehr. Es geht darum, dass Menschen sich mit ihrer Zeit, ihrem Wissen, ihren Kompetenzen und ihren finanziellen Ressourcen einbringen für eine gemeinsame Sache: indem sie spenden, ihre Zeit einbringen oder der Einrichtung ihr Wissen ehrenamtlich zur Verfügung stellen. Deshalb ist die Grundlage für Fundraising Beziehungsarbeit und gemeinsames Gestalten: indem Beziehungen und Partnerschaften aufgebaut werden zwischen den Förderern und der Einrichtung – und das über einen längeren Zeitraum.

Fundraising spielt in Kindertagesstätten schon immer eine Rolle. Die Förderer und Unterstützer können die Eltern der Kinder sein oder die Großeltern und Verwandte; oder Unternehmen im Ort; oder einfach Privatpersonen aus der kirchlichen oder politischen Gemeinde, die die Arbeit der Kindertagesstätte schätzen und sich mit ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten einbringen möchten. Häufig sind es lange und treue Beziehungen, die durch Fundraising entstehen, wenn Förderer die Arbeit der Einrichtung über Jahre begleiten, Innovationen unterstützen und aktiv die Arbeit vor Ort verfolgen.

Fundraising aktiviert Menschen. Immer wieder machen Organisationen und Einrichtungen die Erfahrung, dass durch Spendenwerbung Menschen buchstäblich auf die Beine kommen, aktiv werden, kreative Ideen sammeln, wie die Kindertagesstätte vorangebracht werden kann, wie für anstehende Baumaßnahmen finanzielle Mittel mobilisiert werden können oder wie dringende Neuanschaffungen privat finanziert werden können.

Das Besondere in den Kindertagesstätten ist, dass über den täglichen Kontakt zu den Eltern und auch Großeltern die Beziehungen schon vorhanden sind. Viele Organisationen, die mit dem Fundraising beginnen, müssen mühsam Beziehungen zu ihren Förderern aufbauen, bei den Kindertagesstätten sind sie schon da! Fundraising reicht weit über das bloß Monetäre hinaus, weil Menschen etwas gemeinsam bewegen und sich für eine gemeinsame Sache engagieren.

Fundraising steigert so die Identifikation der Unterstützerinnen und Unterstützer mit der Einrichtung und mit den Projekten. Aus der Kindertagesstätte wird „meine Kindertagesstätte“; aus dem Umbau wird „unser Umbau“; und die notwendige Neuanschaffung wird zu meiner Sache.

Die Bedeutung privater Mittel für gemeinnützige Arbeit wächst, und dies kontinuierlich. Aber Fundraising ist kein Allheilmittel in der Finanzierung kirchlicher Arbeit, und durch Fundraising allein könnte man die erreichten hohen qualitativen Standards nicht halten. Wir sind in den Kindertagesstätten wie in der Kirche insgesamt auf staatliche und kirchliche Mittel angewiesen, damit die Arbeit solide getan werden kann. Doch ebenso wird das Fundraising an Bedeutung gewinnen, weil gerade Innovationen häufig über privates Engagement mitfinanziert und ermöglicht werden. Deshalb ist es gut, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Kindertagesstätten Basiswissen im Fundraising haben.

Eine weitere Besonderheit im Fundraising für Kindertagesstätten besteht darin, dass bereits Kontakte aufgebaut sind. Dies ist ein Vorteil, da auf diese Weise unkompliziert um Unterstützung geworben werden kann und ein direkter Draht zu potentiellen Spenderinnen und Spendern besteht, inklusive der Kontaktdaten.



Fundraising – ein Wort mit vielen Perspektiven

- Fundraising ist Beziehungsarbeit.
- Fundraising ist das Einwerben von Zeit, Geld und Know-How.
- Fundraising ist gemeinsames Gestalten und Verändern.
- Fundraising bindet Förderer an Projekte und Einrichtung.
- Fundraising ist Sozialraumorientierung

Fundraising vs. Sponsoring

Im **Fundraising** geht es um das freiwillige Spenden von Privatpersonen oder Unternehmen an eine gemeinnützige Einrichtung wie eine Kirchengemeinde oder Kindertagesstätte, die wiederum für die erbrachte Geldspende eine Zuwendungsbestätigung ausstellt. Die erhaltene Spende wird von der Einrichtung steuerfrei vereinnahmt. **Wichtig ist im Fundraising die sogenannte Zweckbindung: Sie bedeutet, dass die Spenden beispielsweise für das Außengelände auch nur für diesen Zweck verwendet werden dürfen. Zudem muss die zeitnahe Mittelverwendung beachtet werden: In der Regel müssen Spenden für den konkreten Spendenzweck bis zum 31.12. des übernächsten Jahres nach Eingang der Spende ausgegeben werden.**

Das **Sponsoring** hingegen ist ein Teilaspekt des Fundraisings und beschreibt einen vertraglich geregelten Leistungsaustausch zwischen einem Unternehmen und der gemeinnützigen Einrichtung. Der Gebende erwartet z.B. im Gegenzug zur finanziellen Unterstützung öffentlichkeitswirksame Werbung, mit Nennung seines Namens. Hierbei handelt es sich um ein „Geschäft“, dem ein Vertrag zugrunde liegt und das in der Regel steuerpflichtig ist. Im kirchlichen Bereich kommt dieses klassische Sponsoring kaum vor. Wenn die Einrichtung Sponsoring-Aktivitäten anstrebt, ist es empfehlenswert, Vertragsgestaltung und Steuerpflicht durch Fachleute prüfen zu lassen (siehe Kontaktdaten im Anhang).



2. Worauf wir achten müssen

Arbeit mit Kindern hat immer eine ethische Dimension, und auch die Arbeit in der Kirche ist von ethischen Überzeugungen geleitet. Diese ethische Ausrichtung des eigenen Handelns gehört für kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Selbstverständnis ihres professionellen Handelns. Dennoch gibt es neue Arbeitsbereiche, wie die des Fundraisings, in denen erneut noch einmal grundlegend über die eigenen ethischen Orientierungen nachgedacht werden muss.

Im Folgenden sollen prinzipielle Orientierungen genannt werden, die neben den biblischen Orientierungen für kirchliches Fundraising insgesamt, aber auch speziell für Kindertagesstätten und Einrichtungen, leitend sein können.

Der **Schutz der Kinder** muss bei allen Fundraising-Aktivitäten im Vordergrund stehen. Kinder dürfen niemals Mittel zum Zweck sein, indem man sie für Spendenzwecke oder -kampagnen instrumentalisiert.

Das betrifft beispielsweise

- die Schilderung ihrer familiären oder sozialen Situation,
- Bezugnahmen auf Notsituationen,
- inakzeptable Emotionalisierungen, die Spender unter Druck setzen, und auch
- die Abbildung von Kindern auf Flyern und Broschüren, die angemessen sein sollte und stets von den Eltern freigegeben werden muss

Ehrlichkeit und Transparenz sollten für alle Spendenaktionen ein wichtiges Kriterium darstellen: ehrlich zu sagen, wie viele Mittel gebraucht werden; jeweils andere Finanzierungsquellen offenzulegen; darzustellen, warum das Projekt tatsächlich über Spendenmittel finanziert werden muss; und spätestens am Ende der Spendenkampagne transparent zu berichten, wie viele Mittel eingenommen wurden und wofür das Geld wie eingesetzt wird. Das Kriterium der Transparenz ist in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Kriterien für die Glaubwürdigkeit von Kirche und gemeinnützigen Einrichtungen geworden.

Insgesamt sollte in der Zusammenarbeit bei allen Unternehmen prinzipiell darauf geachtet werden, ob eine Förderung mit den ethischen Überzeugungen der Einrichtung und des kirchlichen Auftrags im Widerspruch steht. Das muss vor Ort im Einzelnen vom Träger (im Kirchenvorstand) abgewogen werden. Wir empfehlen grundsätzlich **Kooperationen mit der Tabak- und Alkohol- und Rüstungs-Industrie** auszuschließen.

Die Spenden sollten stets freiwillig erfolgen, egal wie dringend die Mittel benötigt werden. Dementsprechend sollte jede Form von Druckausübung auf mögliche Spender/-innen und Unterstützer/-innen vermieden werden. Wenn Sie bei bestimmten Projekten den Eindruck haben, dass Sie die Spendenbitten verstärken müssen, dann kommunizieren Sie dies fair und ohne Druck. Und denken Sie an Paulus: „Einen fröhlichen Geber hat Gott lieb!“

Es kann zu Befangenheit und Interessenskonflikten kommen (z. B. wenn ein Zusammenhang von Spende und Platzvergabe hergestellt wird. Vorteilsnahmen und Vorteilsgewährung sind strafbare Handlungen und müssen in allen Fundraising- und Sponsoring-Aktivitäten ausgeschlossen sein.*

*Siehe Richtlinien zur Korruptionsprävention in der EKHn, (KorrPrävRL), veröffentlicht im Amtsblatt der EKHn 2015, Nr. 3, S. 63, www.kirchenrecht-ekhn.de/kabl/31086.pdf



Es kann auch vorkommen, dass Unterstützer und Unterstützerinnen ihre Spende mit bestimmten Wünschen an die Einrichtung verbinden. Bleiben Sie professionell und trennen Sie das Fundraising von Ihrer fachlichen Arbeit in der Einrichtung!

Daten von Spenderinnen und Spendern sind sensible Informationen und unterliegen dem Datenschutz. Dies gilt auch prinzipiell für Merkmale, die man über Unterstützer/-innen und Förder/-innen speichert. Es gilt die Datenschutzrichtlinie der EKHN.

3. Wer wir sind und was wir wollen

Bevor mit dem Fundraising gestartet wird, ist es wichtig, sich klar zu machen, wer man ist und was man vorhat. Das ist deshalb notwendig, weil das Profil der Einrichtung ausschlaggebend für den Erfolg der Fundraising-Aktivitäten ist. Manche Einrichtungen haben über die Jahre eine bestimmte Ausrichtung oder fachliche Besonderheiten entwickelt oder sind aufgrund der lokalen Lage in einer spezifischen Situation, die auch dem Fundraising ein bestimmtes Profil gibt.

Es gilt diese Stärken herauszuarbeiten: das, was die Einrichtung besonders macht und was als Pfund anzusehen ist, mit dem bei Fundraising-Aktivitäten gewuchert werden könnte. Besondere Chancen sind: externe Faktoren im Stadtteil oder inhaltliche Ausrichtungen, bei denen davon ausgegangen werden kann, dass diese für Spenden-Kampagnen attraktiv sind.

So exakt Stärken und Chancen benannt werden sollen, so präzise sollte auch nach den Schwächen und Risiken geschaut werden. Welche internen Faktoren könnten für das Fundraising hinderlich sein?

Zu welchen Schwierigkeiten kann es kommen?

- Verwaltungstechnische Abläufe sind nicht klar.
- Interne Zuständigkeiten für das Fundraising sind nicht klar definiert.
- Finanzierungsquellen sind nicht auf Dauer gestellt.
- Strukturveränderungen stehen an (Fusionen der Kirchengemeinde, GÜT).
- Die wirtschaftliche Lage der Region befindet sich im Umbruch.

Nur wenn Sie ein konturiertes Bild von der eigenen Einrichtung und dem Sozialraum, in dem sie liegt, haben, können Anliegen öffentlich kommuniziert und potentielle Spender/-innen und Fördernde angesprochen werden.

Nach diesen Schritten entsteht ein schlüssiges Bild davon, was die Einrichtung wirklich ausmacht.

In der Fachsprache nennt man dies Unique Selling Proposition (USP), übersetzt: Alleinstellungsmerkmal. Arbeiten Sie dies heraus und bringen Sie es sprachlich – wenn möglich mit einem Satz oder einem Slogan – auf den Punkt. „Der Lutherkindergarten. Im Stadtteil für den Stadtteil“ wäre ein solches Beispiel.



Die SWOT-Analyse-Bilanz als Grundlage einer Fundraising-Konzeption

Je genauer man die Ausgangssituation der eigenen Einrichtung kennt, desto besser kann das Fundraising geplant werden. Es ist deshalb wichtig, die eigene Einrichtung mit ihren Strukturen und auch das Umfeld genau zu betrachten. Für die Auswertung der Ergebnisse eignet sich die SWOT-Analyse-Bilanz besonders gut.

SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

interne Faktoren	Stärken:	Schwächen:
	• Alleinstellungsmerkmal (USP) • Besondere Kontakte • Wo sind wir besonders gut?	• Mitgliederorientierung • Personelle Ressourcen • Welche Bereiche laufen nicht gut? • Konkurrenz • Ungünstige Faktoren (Vakanz, Gebäude usw.) • Wo liegen unsere Schwächen?
externe Faktoren	Chancen:	Risiken:
	• Günstige Entwicklungen/Trends (Zuzüge/Neubaugebiete, neue Stellenbesetzung) • Spenderpotenzial/ wirtschaftliches Umfeld • Welche Chancen ergeben sich daraus?	• Problematische Entwicklungen (demografische Entwicklung, Fusion, Stellenkürzung, Kürzung öffentlicher Mittel) • Fehlende Professionalität • Entscheidungsunsicherheit • Welche Folgen ergeben sich daraus?

Quelle:

Fundraising in Kirche und Diakonie. Hrsg.: Servicestelle Fundraising und Stiftungswesen, Fundraising-Akademie Frankfurt am Main, 2013. Bezug: www.fundraising-evangelisch.de



4. Was wir als Fundraising-Aktionen umsetzen können

Kindertagesstätten und Einrichtungen müssen testen, welche Aktivitäten zu ihnen passen und welche erfolgreich sind. Manche Einrichtungen werden mit Spendenbriefen gute Erfolge verzeichnen; andere werden mit Unternehmern vor Ort Projekte umsetzen können. In jedem Fall gilt es, zu testen und auszuprobieren, was in der jeweiligen Region oder Stadt „ankommt“ und was die Menschen, die man für das eigene Anliegen gewinnen möchte, begeistert.

Bedenken Sie: Menschen geben für Menschen. Deshalb ist es gut, wenn Personen und Gesichter mit der Arbeit in der Kindertagesstätte verbunden werden.

Anlass-Spenden

Anlass-Spenden sind im Kommen. Weil viele Menschen schon alles haben und zu ihrem runden Geburtstag oder anderen Familienfeiern gern andere bedenken, die es nötiger haben. An Geburtstagen ist der Spendenaufwurf üblich geworden – warum nicht für die Tagesstätte vor Ort? Firmen spenden häufig zu Jubiläen, aber auch private Jubiläen wie die Silberne oder Goldene Hochzeit sind häufig Anlässe, gemeinnützige Einrichtungen mit Spenden zu unterstützen. Weisen Sie auf diese Möglichkeit hin! Viele Jubilare und Jubilarinnen werden es Ihnen danken.

Bedenken Sie: Mögliche Spenderinnen und Spender können auch die Großeltern, andere Familienangehörige oder auch die Paten eines Kindes sein, die gern das Heranwachsen der Kinder unterstützen. Werben Sie in Ihren Materialien, Flyern und Broschüren für diese Möglichkeit. Dann spricht es sich herum...

Unternehmenskooperationen

In manchen Regionen geht es mittelständischen Unternehmen gut, und häufig sind sie mit der Kirche verbunden. Es ist nicht die Aufgabe von Unternehmen, gemeinnützige Einrichtungen zu unterstützen. Aber viele Unternehmen sehen es als Teil ihres Selbstverständnisses an, die Region auch durch zusätzliches finanzielles Engagement zu unterstützen. Das Unternehmens-Engagement kann vielfältig sein: von der Unternehmensspende über Sachspenden, einen Freiwilligen Tag („Social Day“), an dem Unternehmensmitarbeiter/-innen in Ihrer Einrichtung ehrenamtlich tätig sind, bis hin zur Unterstützung im Bereich Planung, Buchhaltung und Controlling. Im kirchlichen Bereich kommt das klassische Sponsoring kaum vor. Vielfach sind es Spenden, die die Firmen-Inhaber aus dem Vermögen spenden. Auch hier sollten Sie die Kontakte aufbauen und persönlich pflegen sowie unterscheiden, ob Sie ein einmaliges Engagement des Unternehmens anstreben oder eine langjährige Partnerschaft.

Bedenken Sie: Viel stärker als Privatpersonen müssen Unternehmen nach dem „Nutzen“ ihrer Spenden schauen; also danach, was es für das Unternehmen „bringt“. In den letzten Jahren verstehen sich immer mehr Unternehmen als „Gute Bürger“ (good citizen), in dem sie häufig für lokale oder regionale gemeinnützige Zwecke Verantwortung übernehmen. Gehen Sie davon aus, dass heutzutage auch viele Mittelständler und Kleinbetriebe gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, wenn ihre wirtschaftliche Lage es zulässt.



Werbung

Es ist mittlerweile üblich, dass Kindertagesstätten unaufgefordert Materialien von Unternehmen zugeschickt bekommen (z.B. Krankenkassen, Nahrungsmittelhersteller, Verlage). Dies ist weder Fundraising noch Sponsoring. Es handelt sich um Werbung. Niemand ist verpflichtet solche Materialien einzusetzen. Es bedarf der klaren Verständigung darüber, wie damit verfahren werden soll. Gleiches gilt für Marketing-Aktionen von Unternehmen, in denen dazu aufgefordert wird, Sammelpunkte eines Produkts zusammenzutragen, um dafür Gegenstände zu erhalten.

Bedenken Sie: Welches Konsumentenverhalten wird durch solche Aktionen und Werbung an Kinder und Familien herangetragen und entspricht diese Ausrichtung dem pädagogischen Konzept und dem Leitbild der Einrichtung?

Förderverein

In den vergangenen Jahren sind viele Fördervereine gegründet worden, um Einrichtungen zu unterstützen. Auch die Gründung eines Fördervereins ist eine gute Möglichkeit, um die Kindertagesstätte zu unterstützen. Fördervereine sind deshalb attraktiv, weil durch die hohe Bindung der Mitglieder kalkulierte Einnahmen generiert werden können. Bevor Sie starten, benötigen Sie eine Satzung, dann Gründungsmitglieder und schließlich vom Finanzamt die Freistellung von der Körperschaftsteuer (die Anerkennung der Gemeinnützigkeit). Der Aufwand ist überschaubar, und so können Sie über die Gründung eines Fördervereins zu einem kontinuierlichen Mittelfluss für die Einrichtung kommen.

Bedenken Sie: Häufig existieren schon Fördervereine über die Kirchengemeinde. Wenn dies so ist, vermeiden Sie unnötige Doppelstrukturen und bündeln Sie die vorhandenen Kräfte, indem der bestehende Förderverein zu Spenden auch für die Kindertagesstätte aufruft.

(Muster einer Satzung für Fördervereine, siehe Anhang, S. 16)

Förderung durch Stiftungen

Wenn Sie ein innovatives Projekt in Angriff nehmen, könnte der Antrag an eine Förderstiftung in Frage kommen. Die allermeisten Stiftungen in Deutschland sind lokal ausgerichtet, und häufig haben die Stiftungen die Förderung explizit von Kindern und Jugendlichen in ihrem Satzungszweck. Sie sollten sich vor der Antragstellung zunächst bei der Stiftung erkundigen, ob Ihr Projekt überhaupt in Frage kommt. Und dann die Antragsfristen beachten und wie hoch die mögliche Fördersumme ist. Häufig geben Ihnen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stiftung im Vorfeld Auskunft, wie realistisch eine Antragstellung bei der Stiftung ist.

Bedenken Sie: Regelfinanzierungen über Stiftungen gibt es kaum, manchmal eine Anschubfinanzierung für Projekte. Innovationen sind für die Antragstellung bei Stiftungen am besten geeignet. Treten Sie deshalb immer mit Ihren neuen Ideen an Stiftungen heran. Stiftungen sind Motoren des Neuen.



Benefizveranstaltungen und Events

Menschen kommen gern in Ihre Einrichtung, wenn Sie etwas Besonderes erwartet. In der Vollkostenrechnung sind Events in der Regel ein Zuschuss-Geschäft, es sei denn man organisiert die Veranstaltungen rein mit Ehrenamtlichen. In jedem Fall sind Events attraktiv, um die Spender/-innen und Unterstützer/-innen kennenzulernen - und auch für die Spenderbindung sind sie zentral. Sie können die Einrichtung und die Projekte vorstellen, können erzählen, was Sie vorhaben und welche Ziele Sie mit Ihrer Arbeit verfolgen. Dann zahlen sich Events aus: weil Sie Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer kennenlernen und über die Zeit erfahren, was diese begeistert, was sie wissen möchten und welche Projekte für Ihre Spenderinnen und Spender unterstützenswert sind.

Sie können bei Ihren Benefizveranstaltungen auch Schirmherren und -herrinnen oder Fürsprecher/-innen einbinden, um Ihrer Werbung eine breitere Öffentlichkeit zu verschaffen.

Bedenken Sie: Wenn im Jahr der Gesamtbetrag von rund 30.000 Euro überschritten wird (z. B. aus dem Erlös von Basaren und Tombolen), müssen die Einnahmen von der Kirchengemeinde versteuert werden. Das mag bei normalen Aktivitäten selten vorkommen, bei größeren Aktionen, die sich beispielsweise auf einen Neubau beziehen, werden Einnahmen in der Höhe immer wieder erreicht. Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche Strategien Sie für welches Projekt anwenden.

Großspenden

Der gesamte Bereich des Großspenden-Fundraisings ist gegenwärtig ein großer Trend im Fundraising. Sie sollten definieren, ab welchem Betrag Sie in Ihrer Einrichtung von einer Großspende sprechen. Das können zweihundert Euro sein; oder fünfhundert; oder eintausend Euro. In jedem Fall sollten Sie Großspender anders betreuen und pflegen und ihnen auch besonders danken. Greifen Sie zum Telefonhörer, wenn Sie einen größeren Geldeingang auf Ihrem Einrichtungskonto sehen und rufen Sie die Spenderin/ den Spender an! Und bedanken Sie sich! Wichtig ist auch, dass Sie Ihre Großspender und -spenderinnen in besonderer Weise an die Einrichtung binden und ggf. auch mit besonderen Briefen und Projektbeschreibungen über den Fortgang informieren.

Bedenken Sie: Das persönliche Gespräch ist im Großspenden-Fundraising zentral. Berichten Sie im persönlichen Gespräch, was Sie vorhaben, wo Sie Unterstützung benötigen. Finden Sie heraus, ob der Spendende sich vorstellen kann, Ihr Anliegen mit einer größeren Summe zu bedenken.

Kollekten

Die bekannteste Spende für Kindertagesstätten ist häufig die Gemeindegeldkollekte. In der Regel sammelt die Gemeinde einmal oder mehrmals im Jahr für die Arbeit mit Kinder und Jugendlichen, meist explizit für die eigenen Einrichtungen. Kultivieren Sie diese Spende, indem Sie beispielsweise Familiengottesdienste mitgestalten oder den Gottesdienstbesuchern bei der Kollektenankündigung von Ihrer Arbeit berichten. Und von dem, was Sie vorhaben und wo Sie Unterstützung brauchen.



Spendenbriefe („Mailings“)

Das wichtigste und erfolgreichste Instrument im Fundraising ist immer noch der Spendenbrief. Er ist eine gute Kontaktmöglichkeit, um für Spenden zu werben. Die Briefe können personalisiert werden mit Namen und Adresse; die Einrichtung kann das eigene Projekt im Brief beschreiben, Fotos oder einen Flyer beilegen. Die Mitarbeiter/-innen können es im Gemeindebüro oder auf dem Dienstdrucker ausdrucken und dann postalisch oder persönlich in die Briefkästen bringen.

Wichtig ist im Brief, das Anliegen zu schildern und Aufmerksamkeit zu generieren, das Interesse bei den potentiellen Spendern und Spenderinnen zu wecken, sie zu involvieren, um sie so hoffentlich zu einer Spende zu bewegen. Mit der Zeit wird die Einrichtung ihren Adress-Bestand ausweiten, indem sie ihn kontinuierlich mit neuen Adressen anreichert und pflegt.

Bedenken Sie: Menschen mögen Geschichten, auch im Fundraising. Und deshalb sollten Sie Geschichten erzählen: was mit den gespendeten Mitteln bewirkt werden kann, was Sie vorhaben und wie sich Ihre Arbeit durch die erbetene Unterstützung verändert. Menschen lieben Geschichten: Erfolgsgeschichten, wo sich etwas zum Guten gewendet hat. Zeigen Sie anhand von Geschichten, was die Spenden in Ihrer Einrichtung verändern und knüpfen Sie emotional an die Empathie der Angesprochenen an.

In der Kita-Arbeit geht es darum, als Gemeinschaft für Kinder und Familien im Sozialraum da zu sein. Spendenbriefe können bei den Angeschriebenen ein Bewusstsein für den gesellschaftlichen Wert von Kindertagesstätten wecken.



Spendenaktionen mit Spendenbriefen benötigen eine umfassende, langfristige Planung im Vorfeld.

Checkliste:

Vorbereiten

- Spendengrund festlegen
- Zielgruppe: Potentielle Spenderinnen und Spender - an wen will ich mich wenden? Passt unser Spendenprojekt zur Zielgruppe?
- Kommunikation: Können gut vermittelbare Geschichten, Ideen, Visionen dargestellt werden?
- Was ist der Gewinn für den Spender/die Spenderin?

Festlegen der Zuständigkeiten

- Wer ist AnsprechpartnerIn für SpenderInnen (Trägervertretung, Leitung, beide)?
- Wer ist zuständig für die Finanzverwaltung?

Texterstellung

- Positive Darstellung und Sprache
- Einfacher, verständlicher Text
- Persönlich Anrede
- Vermeiden von Fachsprache und Abkürzungen
- Spender/-in direkt ansprechen und gut informieren
- Ein Spendenbrief muss zum Projekt und zum Empfänger passen

Überprüfung vor Versand

- Absender erkennbar?
- Persönliche Ansprache
- Ist der Zweck des Briefes sofort verständlich?
- Passen Sprache, Gestaltung, Länge, Papier zum Spendenziel?
- Ist der Brief informativ?
- Ist der Handlungsauftrag für den Spender ersichtlich?
-

Nach Eingang von Spenden

- Dem Spender/der Spenderin danken
- Über das Projekt und seinen Fortgang informieren und die Unterstützung der Spender und Spenderinnen hervorheben
- Gegebenenfalls Spendenbescheinigungen ausgeben

Ein Spendenbrief muss immer individuell auf das Spenden-Anliegen und die Zielgruppe der möglichen Spender und Spenderinnen abgestimmt sein. Ein allgemeines Muster gibt es da nicht.

Als Anregung ein Beispiel-Spendenbrief im Anhang, S. 15



5. Was die Bibel zum Geben und Empfangen sagt

5.1 Die Schöpfung: das Leben als Gabe und Segen

In allen Religionen spielt das freiwillige Geben eine besondere Rolle. Der Islam nennt in seiner vierten Säule das Almosengeben und Unterstützen der Armen als wichtiges Merkmal der eigenen Religion und Frömmigkeit. Das Judentum kennt bis heute die ausgleichende Gerechtigkeit, die „Zedaka“, durch die es zu einem sozialen Ausgleich in der Gemeinde kommen soll.

In der jüdisch-christlichen Tradition beziehen sich viele Bibeltexte auf das Geben. Menschen verdanken das Leben nicht sich selbst, sondern haben es empfangen. Die Psalmen und die Weisheitsliteratur loben an vielen Stellen der Hebräischen Bibel diesen Aspekt des empfangenen Lebens. Gott gibt großzügig seine Gaben, das Leben, die Menschen, die Natur und die Tiere – und die Menschen erleben diese Schöpfungsgaben als unverdientes Geschenk, das von Gott kommt. Viele biblische Geschichten gehen von diesem schöpfungstheologischen Aspekt aus, dass das Leben den Menschen gegeben ist. Dabei wird der Gedanke in den Vordergrund gestellt, dass die Welt schon da ist, schon vorhanden ist – und der Mensch in diesem Kontext der Schöpfung immer schon eingebunden ist. Dieses „Gegebensein des Lebens“ ist eine Gottesgabe, die wir annehmen, bevor wir 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. 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; und weist darauf hin, dass Menschenkinder unter dem Schatten seiner Flügel Zuflucht haben und die Menschen satt werden von den reichen Gütern seines Hauses. Auch das Vaterunser nimmt den Gedanken des Empfangens auf, wenn um das tägliche Brot gebeten wird.

In den biblischen Schriften wird Gott gelobt als der Ursprung aller Gaben; und tritt in Erscheinung als der, der das Nötige für ein gutes menschliches Leben und ausreichende Versorgung gibt und gewährleistet. Dieser zuvorkommenden Anerkennung, wie sie sich in Gnade, Liebe und Erbarmen erweist, kann das Handeln der Menschen angemessen nur mit einer Ethik und einem Handeln der Großzügigkeit entsprechen. Die Menschen können diesem Zuvorkommen Gottes in der Schöpfung mit ihrer eigenen Großzügigkeit antworten.

5.2 Die Kollekte für die Armen in Jerusalem: die Gnade als Gabe

Im Neuen Testament ist die Sammlung der Kollekte für die Armen in Jerusalem zentral. Auf diese Spendenkampagne des Paulus wird sich immer wieder bezogen, wenn das Fundraising biblisch begründet werden soll. Die Sammlung für die Armen in Jerusalem war nicht nur ein Herzensanliegen, sondern auch eines der Lebensprojekte des Paulus. Auf dem Apostelkonzil war es vereinbart worden, und für Paulus ist die Kollekte selbst Gradmesser für die Wirksamkeit des Evangeliums in der Welt. 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.



2 Kor 9, 6-8

Wer da kärglich sät, der wird auch kärglich ernten; und wer da sät im Segen, der wird auch ernten im Segen. Ein jeder, wie er sich's im Herzen vorgenommen hat, und nicht mit Unwillen oder aus Zwang: denn einen fröhlichen Geber hat Gott lieb. Gott aber kann machen, dass alle Gnade („charis“) unter euch reichlich sei, damit ihr in allen Dingen allezeit volle Genüge habt und noch reich seid zu jedem guten Werk.

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

Das Besondere ist, dass in der griechischen Sprache für Gnade, Gabe und Kollekte dasselbe Wort verwendet wird, nämlich „charis“. Paulus' Vorstellung ist, dass die Gemeinden diese „charis“ unter den Gemeinden weitergeben. Wenn sie also Geld weitergeben, geben sie auch die Gnade weiter. Und wenn sie für die Armen in Jerusalem sammeln, geben sie auch die Gnade weiter.

Die Gaben werden nach Paulus nicht gehortet, sondern freiwillig und ohne Zwang verteilt und weitergegeben. Und bei alledem gilt: Die Gaben sind nicht verfügbar, können nicht befohlen oder angeordnet werden. Sie erfolgen aus freien Stücken.

Es sei hier besonders auf die Vorstellung von der Gnade und auf die Vorstellung des Gottes, der diese Gnade zukommen lässt, hingewiesen: Paulus gebraucht Motive des Überflusses, des Überströmens, des Überreichseins und verstärkt dies durch andere Worte und Begriffe, die den Reichtum und die Fülle des Vorgangs zum Ausdruck bringen. Der Gott der „charis“ ist ein großzügiger Gott. Und die Ethik, die dieser charis entspricht, ist eine Ethik der Großzügigkeit.

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 Ganze. Als Ausdruck der „diakonia“ (griech. Dienst (am Menschen)) ist das Geben und Nehmen ein wechselseitiges Ereignis. Die Gemeinden bedürfen sich gegenseitig und profitieren von den unterschiedlichen Charismen, die in den Einzelgemeinden vertreten sind. Die Kollekte symbolisiert somit nicht einen einseitigen Güteraustausch oder eine einseitige Güterverschiebung von den Reichen hin zu den Armen im Sinne der „milden Gabe“, sondern konstituiert ein Austauschverhältnis, durch das Gemeinschaft geschaffen wird.

Damit wird die Kollekte zum einigenden sozialen Band der Gemeinden untereinander. Sie stiftet Beziehung und ist als freiwillige Gabe Antwort auf die „überschwängliche Gnade Gottes“ (2Kor 9, 15); sie ist Ausdruck der Solidarität, des Bundes und der Gemeinschaft (koinonia). Paulus bezeichnet die Kollekte selbst als Koinonia, als gemeinschaftsstiftende und -symbolisierende Integration christlichen Lebens in der gesamten bekannten Welt. Zugleich setzt Paulus mit eleganten rhetorischen Mittel darauf, den



Wettbewerb der Gemeinden untereinander anzuspornen. Es geht auch um Ruhm, um Prestige und Image der jeweiligen Gemeinde. Die jungen Gemeinden in Makedonien, Achaia und Korinth sollen konkurrieren in der Bereitwilligkeit, Freude und Lust, mit der sie sich auf die Kollekte einlassen.

Die Kollekte repräsentiert die Einheit der Gemeinden. Sie ist Ausdruck des gemeinsamen Glaubens und damit das sichtbare gemeinsame Band, dem eine integrierende Funktion zukommt. Damit wird das Geben selbst „leiturgia“, ein angemessener Gottesdienst, als Antwort auf Gottes großzügiges zuvorkommendes Geben.

Spenden ist also

- Diakonia – Dienst am Nächsten
- Koinonia – Gemeinschaft von Spendenden und Empfangenden
- Leiturgia – Unser Dienst im Auftrag Gottes als Antwort auf Gottes Geben



ANHANG

Spendenbrief-Muster

Frau/Herr/Familie/ Name
Straße
12345 Musterstadt

Bauen Sie mit uns - für die Zukunft unserer Kinder

Liebe Frau XY, lieber Herr XY, liebe Familie XY,

die fürsorgliche Betreuung unserer Kinder liegt uns allen besonders am Herzen!

Das spüren unsere „großen“ Kinder jeden Tag aufs Neue, wenn sie den Tag in unserer Kindertagesstätte „Villa Sonnenschein“ verbringen. Hier erleben sie im christlichen Miteinander Vieles, fühlen sich geborgen und angenommen, auch außerhalb der Familie.

Wir wissen: Zahlreiche Mütter, Väter und Familien in Musterstadt suchen händeringend einen Betreuungsplatz auch für ihre jüngsten Sprösslinge. Darum wollen wir dafür sorgen, dass ab Herbst 2018 auch die ganz Kleinen mit dabei sein und tagsüber in der „Villa Sonnenschein“ betreut werden können. Um dieses zusätzliche **Betreuungsangebot für Kinder von 1 – 3 Jahren** zu ermöglichen, müssen wir unsere **Kindertagesstätte erweitern** und die neu geschaffenen Räume einrichten.

Von den Gesamtkosten für Bau und Ausstattung übernehmen Stadt, Land und Evangelische Kirche insgesamt 600.000 Euro. **80.000 Euro muss die Ev. Kirchengemeinde Musterstadt selbst aufbringen.**

Diesen finanziellen Kraftakt können wir nur gemeinsam schultern. Darum bitten wir Sie: **Helfen Sie mit und unterstützen Sie unsere Kleinen mit Ihrer Spende.** Eine steuerlich absetzbare Spendenquittung senden wir Ihnen gerne zu.

Wir freuen uns auf unsere Krabbelkinder in der „Villa Sonnenschein“ und über Ihre Unterstützung. **Danke, dass Sie mitmachen!**

Es grüßt Sie ganz herzlich
Ihre

(Maria Mustermann, Leiterin)

P.S.: Auch kleine Beiträge bringen uns weiter! Konkret: 1 Kinderspielszeug kostet ca. 20 Euro, 1 Kinderstuhl ca. 50 Euro, 1 kleiner Wickeltisch ab 200 Euro, 1 Ein Quadratmeter umbauter Raum kostet ca. 333 Euro.



Mustersatzung für einen Förderverein

Die folgende Mustersatzung für einen Förderverein kann leicht auf die eigenen Zwecke und Strukturen hin angepasst werden.

Satzung Förderverein Paulus-Gemeinde Staufenberg

§ 1 Name und Sitz

- (1) Der Verein trägt den Namen »Förderverein der Paulus-Gemeinde Staufenberg«.
- (2) Er hat seinen Sitz in Gernsbach-Staufenberg. Er ist im Vereinsregister eingetragen.

§ 2 Zweck des Vereins

- (1) Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinn des Abschnittes »Steuerbegünstigte Zwecke« der Abgabenordnung. Der Verein ist selbstlos tätig. Er verfolgt in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
- (2) Zweck des Vereins ist, die Verkündigung der kirchlichen Botschaft und die Seelsorge in Staufenberg zu fördern.
- (3) Dies wird durchgeführt unter anderem durch
 - Finanzierung von Sonderveranstaltungen der kirchlichen Gemeindearbeit,
 - Rücklagenbildung für die künftige Eigenfinanzierung der Pfarrstelle,
 - Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit.
- (4) Die Dauer des Vereins ist nicht begrenzt. Sein Bestand wird durch das Ausscheiden einzelner Mitglieder nicht begrenzt.

§ 3 Vermögensbindung

- (1) Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus den Mitteln des Vereins.
- (2) Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck der Körperschaft fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütung begünstigt werden.

§ 4 Mitgliedschaft

- (1) Mitglieder sind die Gründer des Vereins.
- (2) Weitere Mitglieder des Vereins können werden
 - a) mit Stimmrecht jede Person, die einer der in der Arbeitsgemeinschaft Christlicher Kirchen (ACK) vertretenen Kirchen angehört,
 - b) ohne Stimmrecht als Fördermitglieder auch andere natürliche oder juristische Personen.
- (3) Über die Aufnahme entscheidet der Vorstand. Der Antrag auf Mitgliedschaft bzw. Fördermitgliedschaft kann ohne Angaben von Gründen abgelehnt werden.
- (4) Der Austritt erfolgt durch schriftliche Erklärung an den Vorstand.
- (5) Mitglieder, die den Interessen des Vereins zuwiderhandeln, können durch Beschluss des Vorstands ausgeschlossen werden.
- (6) Gegen die Entscheidung der Ablehnung der Aufnahme und des Ausschlusses kann Berufung bei der nächsten Mitgliederversammlung eingelegt werden.

§ 5 Mitgliedsbeitrag

Von den Mitgliedern werden keine Beiträge erhoben. Der Verein finanziert sich ausschließlich über Spenden.

§ 6 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr.



§ 7 Organe des Vereins

Organe des Vereins sind: a) die Mitgliederversammlung, b) der Vorstand.

§ 8 Mitgliederversammlung

- (1) Jährlich einmal findet eine ordentliche Mitgliederversammlung für die stimmberechtigten Mitglieder statt. Die Einladung erfolgt schriftlich mindestens 14 Tage vor der Versammlung unter Angabe von Ort, Zeitpunkt und Tagesordnung. Die Versammlung wird vom ersten Vorsitzenden, bei dessen Verhinderung vom zweiten Vorsitzenden einberufen und geleitet. Die Fördermitglieder erhalten einen Tätigkeitsbericht.
- (2) Außerordentliche Mitgliederversammlungen sind einzuberufen, wenn es das Interesse des Vereins erfordert oder 1/3 der Mitglieder das unter schriftlicher Angabe von Zweck und Gründen fordert.
- (3) Anträge an die Mitgliederversammlung müssen mindestens eine Woche vorher schriftlich beim Vorstand eingereicht werden.
- (4) Der Mitgliederversammlung obliegen:
 - a) Genehmigung des Jahresberichts, der Jahresrechnung und des Haushaltsplans;
 - b) Entlastung des Vorstands;
 - c) Wahl des Vorstands;
 - d) Wahl der beiden Rechnungsprüfer;
 - e) Beratung und Beschlussfassung über ordnungsgemäß gestellte Anträge;
 - f) Beratung und Beschlussfassung über die Aufnahme neuer Aufgaben gemäß § 2 der Satzung;
 - g) Beschlussfassung über die Berufung gegen die Ablehnung der Aufnahme oder den Ausschluss von Mitgliedern durch den Vorstand;
 - h) Beschlussfassung über Satzungsänderungen;
 - i) Beschlussfassung über die Auflösung des Vereins.
- (5) Beschlüsse
 - a) werden mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Stimmenthaltungen werden nicht mitgezählt. Bei Stimmengleichheit gilt der Antrag als abgelehnt;
 - b) die Mitgliederversammlung ist ohne Rücksicht auf die Zahl der erschienenen Mitglieder beschlussfähig.
- (6) Die Auflösung des Vereins erfolgt durch Beschluss der Mitgliederversammlung mit mindestens 3/4 der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder und kann nur nach fristgerechter Ankündigung (30 Tage) in der Einladung zur Mitgliederversammlung gefasst werden.
- (7) Abstimmungs- und wahlberechtigt sind alle Mitglieder des Vereins nach § 4 Abs. 1 und 2a. Eine Vertretung der Mitglieder ist nicht zulässig.

§ 9 Vorstand

- (1) Der Vorstand besteht aus
 - a) dem ersten Vorsitzenden (Hans Maier)
 - b) dem zweiten Vorsitzenden (Ulrike Schmeiser)
 - c) dem Kassierer (Marion Fischer)
 - d) dem Schriftführer (Helga Zeller)
 - e) den Ältesten und Pfarrer(n) der Paulusgemeinde
 - f) ggf. bis zu zwei weiteren Mitgliedern mit beratender Stimme.

Vorstand im Sinne des § 26 BGB sind der 1. und 2. Vorsitzende. Jedes Vorstandsmitglied ist je einzeln zur Vertretung berechtigt.



- (2) Der Vorstand wird von der Mitgliederversammlung auf die Dauer von 3 Jahren gewählt. Wiederwahl ist zulässig. Der Vorstand oder einzelne Mitglieder können durch Beschluss der Mitgliederversammlung mit 2/3 Mehrheit abberufen werden.
- (3) Der Vorstand kann durch Beschluss höchstens zwei weitere Mitglieder zu ständigen Vorstandsmitgliedern berufen.
- (4) Der Vorstand setzt die allgemeinen Grundzüge der Vereinstätigkeit fest und berät und entscheidet über alle wichtigen Angelegenheiten des Vereins, soweit sie nicht der Mitgliederversammlung vorbehalten sind. Bei Ausscheiden eines seiner Mitglieder während der Amtsdauer ergänzt sich der Vorstand für den Rest der Wahlperiode selbst.
- (5) Der Vorstand tritt im Bedarfsfall, mindestens aber zweimal jährlich, oder auf Antrag von mindestens zwei Vorstandsmitgliedern unter Angabe von Zweck und Gründen zusammen. Der Vorstand wird vom ersten Vorsitzenden, bei dessen Verhinderung vom zweiten Vorsitzenden einberufen und geleitet.
- (6) Der Vorsitzende und sein Stellvertreter werden vom Vorstand aus seiner Mitte gewählt. Sie bleiben danach so lange im Amt, bis ein eventueller neuer Nachfolger gewählt ist.
- (7) Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Stimmenthaltungen werden nicht mitgezählt. Bei Stimmengleichheit gilt der Antrag als abgelehnt. Zur Beschlussfassung ist die Anwesenheit von mindestens der Hälfte der Vorstandsmitglieder notwendig.

§ 10 Beurkundung der Beschlüsse

Die Beschlüsse des Vorstands und der Mitgliederversammlung werden in einem Protokoll niedergelegt. Die Niederschrift wird vom ersten Vorsitzenden oder seinem Stellvertreter und einem weiteren Vorstandsmitglied unterzeichnet.

§ 11 Anfallberechtigung

Bei Auflösung des Vereins oder bei Wegfall steuerbegünstigter Zwecke ist das Vermögen zu steuerbegünstigten oder kirchlichen Zwecken innerhalb der Gemeinde Staufenberg zu verwenden.

Liquidator ist der erste Vorsitzende. Beschlüsse über die künftige Verwendung des Vermögens dürfen erst nach Einwilligung des Finanzamtes ausgeführt werden.

Staufenberg, 2012

Die Urfassung der Satzung wurde während der Gründerversammlung des Vereins am 7. Mai in Staufenberg beschlossen und von den Gründungsmitgliedern unterschrieben. Die Eintragung ins Vereinsregister beim Amtsgericht Gernsbach erfolgte am ... unter Nr. ...

Der Verein ist mit Bescheid vom 15. Mai als gemeinnützig wegen Förderung der Religion durch das Finanzamt Rastatt anerkannt. Die Körperschaft ist berechtigt, für Spenden, die ihr zur Verfolgung religiöser Satzungszwecke gegeben werden, Spendenbescheinigungen auszustellen.

Quelle:

Fundraising in Kirche und Diakonie. Hrsg.: Servicestelle Fundraising und Stiftungswesen, Fundraising-Akademie Frankfurt am Main, 2013. Bezug: www.fundraising-evangelisch.de



Fachbereich
Kindertagesstätten

Das Positionspapier wurde erarbeitet vom Fachbereich Kindertagesstätten in Kooperation mit dem Referat Fundraising und Mitgliederorientierung und dem Stabsbereich Recht in der Kirchenverwaltung der EKHN.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihre zuständige Fachberatung im Fachbereich Kindertagesstätten!

Wichtige Kontakte in der Kirchenverwaltung:

Kirchenverwaltung der EKHN
Dezernat 1 - Kirchliche Dienste
Paulusplatz 1
64285 Darmstadt

Angelika Vasold
Referat Fundraising und Mitgliederorientierung
angelika.vasold@ekhn-kv.de
06151/405-221
www.fundraising.ekhn.de

Sabine Langmaack
Stabsbereich Recht (Stiftungsrecht, Datenschutz, etc.)
sabine.langmaak@ekhn-kv.de
06151/405-485

Stand: April 2017

POSITION

