

1.2 Ethik im Fundraising

Ethik ist eine Krisentheorie. Ethische Fragen treten dann auf, wenn Gewohntes unklar oder fragwürdig geworden ist; oder wenn die Handlungsoptionen neu ausgelotet werden müssen, wie Einzelne oder Gemeinschaften in bestimmten Fällen verfahren sollen.

Grundsätzlich kann man in der Ethik zwei Ansätze unterscheiden: eine an Aristoteles orientierte Sichtweise, die sehr stark die Kontexte mit ihren vorhandenen Werten und Überlieferungen in den Blick nimmt. Man nennt dies den Ansatz der „Ethos-Ethiken“. Diese Ethiken schauen nach spezifischen Werten in konkreten Zusammenhängen. Davon unterscheidet man in der ethischen Wissenschaft die „Prinzipienethiken“, die sich an dem modernen Philosophen Immanuel Kant orientieren und versuchen, allgemeingültige Normen für alle Kontexte zu formulieren. Man nennt diesen Ansatz auch universalistisch, weil es um verallgemeinerungsfähige Normen geht.

In der Fundraising-Ethik brauchen wir beides: normative Standards, die immer und überall Gültigkeit besitzen und bei jeder Fundraisingaktion in jeder Kirchengemeinde zu berücksichtigen sind (im Anschluss an Kant), und kontextuelle Ethiken, die die pluralen Geprägtheiten unterschiedlicher Kirchengemeinden in den Blick nehmen (im Anschluss an Aristoteles). Geht es im Anschluss an Kant eher um Allgemeingültigkeit, geht es im Anschluss an Aristoteles eher um die Betonung der Differenz und um die Unterschiede.

In diesem Artikel soll ein Verständnis von Ethik vertreten werden, dem es sehr stark um die Wahrnehmung der kirchengemeindlichen Kontexte für das Fundraising geht.

1. Was ist Ethik im Fundraising?

Menschliches Zusammenleben funktioniert immer schon nach impliziten Regeln, die den Personen bewusst oder unbewusst sind. Immer schon existieren Gewohnheiten oder Üblichkeiten, die längst in Geltung sind, ohne dass eine Ethik dies vorgeschrieben hätte. Das gilt für Alltagsrituale, ob man zur Begrüßung – wie eher im Norden – „Moin, Moin“ oder – wie eher im Süden – „Grüß Gott“ sagt. Das gilt für moralische Grundhaltungen wie die der Gewaltfreiheit. Oder dass man Versprechen hält. Das gilt auch für sogenannte Sekundärtugenden, sich pünktlich wie verabredet an einem bestimmten Ort einzufinden.

Wir leben immer schon in moralisch und kulturell geprägten Zusammenhängen – vor jeder ethischen Reflexion. Diese geprägten Kontexte, in denen Menschen existieren, nennt man seit Aristoteles „Ethos“.

Damit ist die Gesamtheit der Üblichkeiten und Gewohnheiten gemeint, die in einem Zusammenleben kulturell in Geltung sind; wie man herkömmlicherweise in einem spezifischen Kontext handelt.

Auch Kirche und Kirchengemeinde sind solche geprägten Zusammenhänge, ohne dass es uns zunächst bewusst ist. Sie funktionieren „irgendwie“. Sie haben ihr eigenes Ethos, ihre eigenen Gewohnheiten und Abläufe, und dieses Ethos ist von Kirchengemeinde zu Kirchengemeinde meist unterschiedlich. In manchen Gemeinden gehört die Orientierung an der Kerngemeinde zu ihrem Selbstverständnis; das Ethos einer solchen Gemeinde gleicht eher einem Verein. Eine andere Gemeinde ist stark am Stadtteil oder an der Region orientiert; das Ethos einer solchen Gemeinde ist es, sich eher als Teil des Gemeinwesens zu verstehen.

Im vorliegenden Ordner soll eine Auffassung von Ethik vertreten werden, der es zunächst um das Ethos geht. Was ist in der Gemeinde üblich? Was ist ihre spezifische Prägung? Wer sind wir, und was macht uns aus? Wie verstehen wir uns als Gemeinde selbst im örtlichen oder städtischen Zusammenhang? Wo-

bei klar ist, dass dieses Ethos einer Kirchengemeinde nicht statisch ist, sondern sich anhaltend weiterentwickelt, weil das Umfeld sich ändert, Menschen zuziehen oder wegziehen; Hauptamtliche kommen und gehen; kurzum: die Welt sich verändert. Das Ethos einer Kirchengemeinde selbst ist also immer schon dynamisch und im Wandel begriffen – und dies vor jeder Ethik.

Dieses Ethos einer Gemeinde gilt es, gerade für die Fundraising-Praxis, wahrzunehmen. Weil das Fundraising in einer evangelikalen Gemeinde anders aussieht als in einer politischen; weil Fundraising in einem wohlhabenden Umfeld anders aufgestellt ist als in einem sozialen Brennpunkt; oder weil das Fundraising für eine Jugendkirche anders gedacht werden muss als in einer Gemeinde mit dem Schwerpunkt auf Seniorenarbeit.

Was aber ist dann Ethik? Die Ethik ist die Reflexion auf das Ethos. Oder vereinfacht gesagt: Die Ethik ist die Theorie, das Ethos die Praxis. Die Ethik

ist die Wissenschaft, das Ethos das, was „schon da“, was jeweils üblich und in Geltung ist. Die erste Aufgabe der Ethik nun ist es nicht, Vorschriften oder Vorschriften zum Handeln zu artikulieren, sondern sie muss hinsehen und verstehen. Die Ethik muss die Kontexte wahrnehmen in ihrer spezifischen Gestalt; muss die vorhandene Geschichte und die Werte einer Gemeinde rekonstruieren; muss sehen und analysieren, was ist. Ihre Aufgabe ist also zunächst eine wahrnehmende, analysierende und verstehende – nicht eine vorschreibende.

In der ethischen Theorie nennt man eine solche Auffassung von Ethik „hermeneutisch“. Der hermeneutischen Ethik geht es zunächst ums Verstehen, danach erst um das Vorschreibende („Normative“). Die Ethik ist also die Wissenschaft vom Ethos, und sie schaut zuerst hin, was „da“ ist und was der Fall ist. Erst in einem zweiten Schritt, nachdem sie rekonstruiert, analysiert, wahrgenommen und verstanden hat, wird sie sich vorschreibend („normativ“) auf das Wahrgenommene beziehen.

Dementsprechend ist die Ethik auch nicht allgemeingültig („universalistisch“) für jede Gemeinde, jeden Kirchenkreis und jede Landeskirche gleich, sondern kontextuell und plural. Wie auch das Fundraising für eine Kirchengemeinde nicht allgemeingültig sein kann, sondern stets anschließen muss an spezifische Prägnanzen einer konkreten Gemeinde und Situation.

Die Ethik hat also eine doppelte Aufgabe: Erstens: Sie versteht und rekonstruiert, das ist ihre hermeneutische und kritische Dimension. Zweitens: Sie schreibt vor, das ist ihre normative Funktion. Die Ethik ist dementsprechend die „kritische und normative Theorie des Ethos“ (Fritz Rüdiger Volz).

Deshalb lautet dann aber auch die vornehmste Frage einer Ethik im Fundraising nicht „Wie wollen wir handeln?“, sondern „Wer wollen wir sein?“. Die ethische Frage wird damit rückgebunden an die Frage nach dem Selbstverständnis und nach der Identität. Es geht also darum, wer wir mit unseren Fundraisingaktivitäten als Kirchengemeinde sein wollen. Was unsere Visionen und Werte sind. Was unser Leitbild ist, was unsere theologische Überzeugung. Was für ein Verständnis wir von uns selbst, von unserem Glauben und von unserer Gemeinde haben. Und was wir mit unseren Fundraisingaktionen bewegen wollen. Und das variiert von Gemeinde zu Gemeinde. Deshalb ist der Ansatz der Ethik von vornherein pluralistisch angelegt, weil häufig die Gemeinde A andere Ziele verfolgt als die Gemeinde B.

Wir fassen bis hierher zusammen:

1. Es existiert vor jeder Fundraisingaktivität ein geprägtes Ethos einer Kirchengemeinde mit impliziten Vorstellungen und Werten.
2. Ethik ist die kritische und normative Theorie des Ethos. Ihre Aufgabe ist es zunächst, die vorhandenen Werte des Ethos einer Kirchengemeinde freizulegen. In diesem Sinne ist die Ethik eine hermeneutische Wissenschaft.
3. In einem zweiten Schritt erst ist die Aufgabe der Ethik, sich normativ, also vorschreibend auf das Ethos einer Gemeinde zu beziehen. In diesem Sinne ist die Ethik eine normative Wissenschaft.
4. Die Grundfrage der Ethik im kirchlichen Fundraising lautet nicht „Wie sollen wir handeln?“, sondern „Wer wollen wir sein?“. Damit geht es in der Ethik zunächst nicht um das Handeln, sondern um die Selbstdeutung und um das Selbstverständnis der Akteure, in unserem Fall: von Kirchengemeinden, die Fundraisingaktivitäten planen.
5. Der Ansatz dieser Auffassung von Ethik ist nicht universalistisch (verallgemeinerungsfähig) – indem die Ethik allgemeine Standards vorgibt und damit von den Kontexten abstrahiert –, sondern kontextuell. Sie bezieht sich auf plurale Wertvorstellungen pluraler gemeindlicher Kontexte.

Dennoch brauchen wir in unserem Miteinander Regeln und Vorschriften, die nicht kontextabhängig gelten, sondern verallgemeinerungsfähig sind, also für alle gelten, egal, wo sie leben und welche Wertvorstellungen sie haben. Die Menschenrechte sind das prominenteste Beispiel für einen solchen „universalistischen“ Ethik-Ansatz. Aber auch im Fundraising haben sich Regeln durchgesetzt, an die sich alle halten sollen. Um diese soll es im nächsten Schritt gehen.

2. Verallgemeinerungsfähige Regeln in der Fundraising-Praxis

Ethische Standards im kirchlichen Fundraising unterscheiden sich von denen anderer Organisationen, weil sie sich aus dem christlichen Menschenbild ergeben und weil über allem Handeln im Fundraising der kirchliche Auftrag steht. Darüber hinaus ist die

wichtigste Grundlage natürlich das geltende Recht (z. B. Abgabenordnung, Datenschutzgesetz, Gemeinnützigkeitsrecht, Bildrechte), dem jeder Fundraiser selbstverständlich verpflichtet ist. Die Erwähnung der Rechtsgrundlagen in ethischen Standards verdeutlicht, dass jedes seriöse Fundraising auf der Basis geltenden Rechts gründet.

Ein ganz entscheidender Aspekt ist die Würde des Menschen, wie sie im Grundgesetz verankert ist. Und zwar geht es sowohl um die Würde von Unterstützern, die nicht bedrängt oder manipuliert werden dürfen, als auch um die Würde von Leistungsempfängern. Hier werden die ethischen Ansprüche einer diakonischen Einrichtung für Menschen mit Behinderungen andere sein als bei einer Umweltschutzorganisation. Fundraising braucht also eine spezifische, ethisch-moralische Richtschnur, an der wir uns orientieren können. Dabei geht es nicht um das Durchsetzen von Prinzipien, sondern um Orientierung und Selbstregulierung.

Diesem Grundsatz folgt auch der Ethik-Ausschuss des Deutschen Fundraising Verbandes mit den „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“. Im Bestreben um einen Konsens aller Mitglieder mit ihren unterschiedlichen Interessen und Arbeitsfeldern wurde deutlich, dass allgemeingültige ethische Gesichtspunkte schwer festzulegen sind. Es zeigt sich, dass gemeinnützige Organisationen an einigen Stellen anderen Richtlinien folgen als Dienstleister, die in deren Auftrag handeln (z. B. Fundraising-Agenturen oder Lettershops). Der Deutsche Fundraising Verband setzt auf Überzeugung und Aufklärung. Er möchte seinen Mitgliedern, die sich durch Unterschrift zur Einhaltung der 19 Grundregeln verpflichten, verständlich machen, was eine „gute, ethische Fundraising-Praxis“ ist, damit sie aus Überzeugung dem entsprechend handeln. Zu diesem Zweck wurde ein Best-Practice-Katalog erstellt, der auf Überzeugung und Aufklärung setzt. Hier werden praktische Fälle unter ethischen Gesichtspunkten betrachtet und Lösungsvorschläge aus der Praxis gemacht.

Ethisch-moralisch einwandfreies Handeln ist eine selbstverständliche Voraussetzung für erfolgreiches und dauerhaftes Fundraising. Wie sollte es gelingen, wenn Förderer sich überrumpelt fühlen, wenn sie kein Vertrauen in die Organisation haben, die sie um Unterstützung bittet? Damit ist schon das zweite wichtige Erfolgskriterium genannt: Vertrauen. Eine Einrichtung, die kein Vertrauen genießt, wird schwerlich Unterstützer gewinnen können. Vertrauen aber muss wachsen. Dabei geht es zum einen um das Vertrauen von Unterstützern, zum anderen aber auch um das öffentliche Vertrauen der Gesellschaft. Um dieses Vertrauen zu erlangen, braucht es zum einen eine ver-

lässliche Projektarbeit und eine offene und ehrliche Spenderkommunikation sowie zum anderen eine gute Öffentlichkeitsarbeit. Regelmäßige, aussagekräftige und verständliche Berichte geben Auskunft darüber, in welcher Höhe Mittel eingenommen und wie sie verwendet wurden. Spender verstehen, dass für Fundraising auch Kosten entstehen. Sie dürfen daher nicht verschwiegen werden. Gerade die Kirche, die doch ohnehin schon „Kirchensteuern kassiert“, steht hier besonders auf dem Prüfstand.

Spätestens, wenn Sie sich in Ihrer Gemeinde oder Einrichtung mit Sponsoring, Großspender- oder Erbschaftsfundraising beschäftigen, kommen ethische Fragen in den Blick: Welche Werbeleistungen können Sie einem Sponsor anbieten und wo sind ihre Grenzen? Wie lassen sich der Umgang mit Großspendern und der kirchliche Auftrag in Einklang bringen? Welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden, um Fundraising und Seelsorge klar voneinander zu trennen? Eigene ethisch fundierte Handlungsgrundlagen geben hier Orientierung und sollten als Gebote Ihres Handelns gefasst werden. Ziel ist es, auf ethisch reflektierter Basis Fundraising zu ermöglichen (z. B. Erbschaftsfundraising) und seriös und verlässlich umzusetzen.

Beim Nachdenken über ethische Standards sollte der Blick auch auf die eigene Einrichtung gerichtet werden. Wer wollen wir sein? Wie steht es mit der eigenen Vorbildfunktion? Wie behandeln wir unsere haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden? Wie gehen wir mit Mitbewerbern um? Die ethischen Standards lassen sich am ehesten an den eigenen Verhaltensweisen überprüfen.

Es empfiehlt sich, Ihren ethischen Verhaltenskodex als Basis Ihres Fundraisings auch Ihren Unterstützern zum Beispiel auf Ihrer Internetseite zugänglich zu machen.

Einige EKD-Gliedkirchen haben bereits spezielle ethische Standards entwickelt, zum Beispiel Hannover oder Bayern. Sie können diese Ethik-Regelwerke auf dem Internetportal fundraising-evangelisch nachlesen.

Fassen wir die Vorteile ethischer Standards für das Handeln im Fundraising kurz zusammen:

- Sie bieten Orientierung für alles Handeln im kirchlichen Fundraising.
- Sie stärken das Vertrauen der Unterstützer.
- Sie dienen als Qualitätskriterium für Professionalität.
- Sie dienen der gesellschaftlichen Anerkennung des Fundraisings.

Zur Entwicklung eines ethisch begründeten Verhaltenskodex für Ihre Gemeinde oder Einrichtung können Sie sich an den „19 Grundregeln“ des Deutschen Fundraising Verbandes, vielleicht auch an einem Regelwerk Ihrer Landeskirche oder diakonischen Werkes orientieren. Wir möchten an dieser Stelle kein allgemeines Regelwerk für das kirchliche Fundraising aufstellen, sondern Sie auf die wichtigsten Punkte hinweisen, die Sie beachten und in Ihre Regelungen aufnehmen sollten:

- Schutz der Würde von Unterstützern und Empfängern
- Einhalten der geltenden Bundes-, Landes- und Kirchengesetze
- Wahrheitsgemäße Darstellung von Spendenzwecken bzw. Stiftungsanliegen
- Freiwilligkeit der Unterstützung
- Einhaltung der Zweckbindung von Spenden und Stiftungsmitteln
- Ordnungsgemäße Buchführung, Rechnungslegung und Berichterstattung
- Vergütungsregelungen für die Zusammenarbeit mit Dienstleistern

Aufgrund der demografischen Entwicklung wird kirchliches Fundraising künftig unverzichtbarer Bestandteil bei der Finanzierung kirchlicher Aufgaben sein. Dem zunehmenden Wettbewerb auf dem deutschen Spendenmarkt und neuen, kritischen Spendergenerationen werden künftig nur Organisationen und Einrichtungen begegnen können, die sich durch Qualität und Professionalität in ihrem Fundraising auszeichnen. Dafür sind ethische Standards eine wichtige Voraussetzung.

Weiterführende Links:

„19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“:
www.fundraisingverband.de/verband/ethische-grundsaeetze/19-grundregeln.html



Best-Practice-Katalog:
www.fundraisingverband.de/verband/ethische-grundsaeetze/ethik-tipps-für-die-praxis.html



Ethik-Regeln Bayern, Gemeinsam Gutes tun:
www.fundraising-evangelisch.info/sites/default/files/images/Gemeinsam%20Gutes%20tun_0.pdf



Ethik-Regeln Hannover:
www.fundraising-evangelisch.info/sites/default/files/images/ethik%20im%20kirchlichen%20fundraising%203_0.pdf

