



Hand aufs Herz: Wie spenden Sie?

Ich weiß da einige Lösungen, bin mir aber klar, damit ein Tabu zu brechen: Über Geld spricht man nicht.

Weil aber Ende 2005 jemand aus dem Kreis der Adressaten unseres Ansgar-Werkes den Zahlschein mit einigen Fragen zurückschickte, will ich darauf auch einmal öffentlich eingehen: Pfarrer B. (aus einem westfälischen Bistum) schrieb: „Mit ‚Freude‘ habe ich diesen Überweisungsträger entgegengenommen. Er ist genau der „100-ste“ Aufruf zu einer Spende seit Ende Oktober 2005! Jeder hat ein berechtigtes Anliegen, ist wichtig. Nicht allen kann ich was geben, aber wem?! Tu Gutes und rede darüber! Freundliche Grüße ...“

- Nicht wenigen unserer Zeitgenossen stellen sich diese Fragen gar nicht, weil sie keine große Wahl haben: Spenden ist für sie kein Thema (mehr). Immerhin gehen $\frac{2}{3}$ aller Deutschen ohne Weihnachtsgeld aus. Bei vielen älteren Menschen lassen die hohen Kosten einer Heimunterbringung/Pflege die von ihnen früher geübte Großzügigkeit nicht mehr zu. „Nemo dat, quod non hat.“
- Manche Menschen haben ihre Grundsätze: 50 bis 70% der deutschen Bevölkerung spenden nie. „Geiz ist geil.“ Unverlangt zugesandte Post landet bei ihnen ausnahmslos im Papierkorb. Damit – egal, was es ist – halten sie sich nicht auf.
- Ein schlechtes Gewissen im Sinne von 1 Joh 3,17 „wenn jemand Vermögen hat und sein Herz vor dem Bruder verschließt...“ lassen sie sich nicht einreden, und auch Medienberichte oder noch so erschütternde Bilder bewegen sie nicht zur tätigen Hilfe.
- Manche Menschen verfahren nach dem Prinzip der „Gießkanne“: Sie sammeln alle Bettelbriefe und teilen – meist vor Weihnachten – eine bestimmte Summe unter allen auf.
- Manche veranstalten Jahr für Jahr eine Art Lotterie: Auch sie sammeln alle Bettelbriefe und ziehen jedes Jahr ein paar glückliche Gewinner.
- Manche haben von vornherein ganz bestimmte feste Summen, ein jährliches Spendenbudget, das sie auf ganz bestimmte Organisationen verteilen, deren Anliegen sie für wichtig halten und denen sie vertrauen. Einen Rest verwahren sie für „unvorhergesehene Katastrophen“.
- Manche geben nichts in „große Töpfe“. Sie haben persönliche Patenschaften/Partnergemeinden etc.: Sie wollen verfolgen, wie das von ihnen ausgesuchte und geförderte Projekt gedeiht.
- Manche bleiben lieber spontan: Wenn die Steuerrückerstattung kommt, wenn bei der Bank Geld für sie frei wird, wenn sie etwas erben etc. geben sie manchmal beachtliche Beträge für das nächste Beste weg.
- Manche halten sich an Mt 6,3: Ihre Linke weiß nicht, was die Rechte tut.
- Manche – ich glaube allerdings, so viele sind es nicht – machen es wie der hl. Franziskus (vgl. Mk 10,21): Sie verkaufen, was sie haben, und geben es den Armen.

Die Reihe der Beispiele ließe sich verlängern; die dahinter stehenden Überlegungen und Verhaltensweisen sind längst professionell untersucht und werden laufend – geschickt oder weniger geschickt – in Strategien der Spendenwerbung eingearbeitet. Spendensammeln ist heute ein Markt mit großer Konkurrenz.

Bis zu einem Drittel der eingenommenen Spenden für Verwaltung, Wirtschaftsprüfung, Projektkontrolle und vor allem für Werbung auszugeben, gilt auch im Rahmen des bekannten „Spendensiegels“ als vertretbar. Wer auf Werbung und Kontakt völlig verzichtet, manövriert sich selbst ins Aus. Immerhin: Durch „Bettelbriefe“ kommen angeblich 31% des gesamten Spendenaufkommens zusammen, 14% durch Aufrufe in der Kirche, 7% durch Hinweise von Freunden, 7% durch Fernsehbeiträge.

Spenden mit Herz und Verstand

Spenden ist für viele eine ganz emotionale Angelegenheit. Deshalb sind Berichte in den Medien ebenso wichtig wie fatal: Wer mit seinem Anliegen dort nicht vorkommt, und das ist für die Diaspora so gut wie immer der Fall, hat schlechte Karten. Aufmerksamkeit ist ein knappes Gut. Aber: Es gibt mehr vergessene Katastrophen und übersehene Not als Anliegen, über die in den Medien berichtet wird. Auf die medientaugliche Katastrophe, z. B. die Flut, folgt ziemlich sicher die „Spendenflut“. Sie führt zur „Katastrophe nach der Katastrophe“, weil so viel zweckbestimmtes Geld so schnell gar nicht vernünftig eingesetzt werden kann. Was da zu viel ist, fehlt anderswo.



Um für sich die richtige Entscheidung zu treffen, muss man ein wenig von diesen Hintergründen und der subtilen Strategie der Spendenwerbung wissen. Wer die Klaviatur beherrscht, wer sich den entsprechenden Apparat leisten kann, der macht den Gewinn. „Wer bei der Professionalisierung nicht mitmacht, der wird untergehen“ – so prognostizierte der Spiegel in einem Dossier aus dem Jahr 1998. „Strategie statt Sammelbüchse“ heißt die Devise. Auch im kirchlichen Bereich gibt es Konkurrenz und Verdrängung der Kleinen durch die Großen.

Wem spenden?

Spenden ist Vertrauenssache. Das heißt aber nicht, dass die entsprechenden Entscheidungen dazu nur „aus dem Bauch“ kommen könnten.

Kriterien sind z. B.:

- Welche Anliegen sind mir wichtig?
- Kann ich mich mit den Zielen eines Hilfswerks identifizieren?
- Kann ich hier etwas von dem, was mir geschenkt wurde, zurückgeben?
- Werde ich über die allgemeinen Ziele und die konkreten Projekte wahrheitsgemäß und sachbezogen informiert?
- Sind die Projekte solide?
- Kommt mein Geld an?
- Ist die Verwaltung der Mittel transparent?
- Wie hoch ist der Verwaltungsaufwand?
- Wie oft, wie aufwendig, wie aufdringlich ist die Werbung?
- Ist sie sachlich oder gefühlsbetont?
- Gibt es eine Bilanz/einen Jahresbericht?
- Gibt es in irgendeiner Form einen Dank?
- Erfüllt mich meine Spende mit Freude?

Wie viel spenden?

Ich bin überrascht, dass die Bischöfliche Aktion Adveniat sich damit begnügt, an eine Spendenbereitschaft in Höhe von 10% des weihnachtlichen Geschenkbudgets zu appellieren.

Die durchschnittliche Spendenhöhe pro Jahr und Kopf beträgt in Deutschland schon seit einiger Zeit 100 Euro.

20% der Spender bringen 80% der Spenden. Menschen mit geringerem Einkommen spenden relativ mehr und öfter als Vermögende.

Und jedes Jahr ist es eine Meldung wert, dass der sog. „Mister 10%“ wieder genügend andere Spender gefunden hat, die sich auch diese allem Anschein nach hohe Latte legen. Dabei spielte doch „der Zehnte“ sowohl im Alten wie im Neuen Testament eine große Rolle. Und zwar nicht nur als Obolus, als Almosen, sondern als „Gerechtigkeit“ (Mt 10,1).

Für alle, die Steuern bezahlen, ist es eigentlich ganz einfach: Ein Blick in den Steuerbescheid genügt, und jeder weiß, wie hoch sein Einkommen ist. Und jedes Kind weiß, was „teilen“ heißt.

Günter Assenmacher

PS: Schon in diesem Jahr können Sie 20% Ihrer Einkünfte als Spenden steuerlich absetzen. Und für Stiftungen sogar 1 Mio. Euro.

(ursprünglich veröffentlicht in: St. Ansgar – Sonderheft des St. Ansgarius-Werkes 2007, S. 141-144)