

# „Was bleibt. Weitergeben. Schenken. Stiften. Vererben.“

Eine Kommunikationskampagne evangelischer Landeskirchen und Diakonischer Werke

von Torsten Sternberg (Karlsruhe)

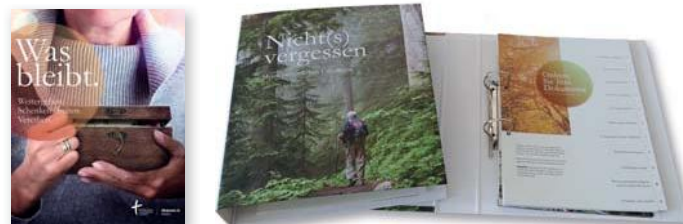
Im kirchlichen Kontext ist es nach wie vor schwierig, die sensiblen Fragen des Erbens und Vererbens anzusprechen. Die Kommunikationskampagne „Was bleibt.“ hat diese Herausforderung in beispielhafter Weise gelöst.

Der folgende Beitrag reflektiert Erfahrungen der letzten fünf Jahre, die auch für andere gemeinnützige Einrichtungen von Interesse sein können.

## Kommunikationskonzept statt Erbschaftsfundraising

Die Evangelische Landeskirche in Baden und das Diakonische Werk Baden sahen 2012 einen großen Bedarf für einen Erbschaftsratgeber. Ausgangspunkt in der Zusammenarbeit mit der Agentur war die intensive Beschäftigung mit möglichen externen und internen Kommunikationshindernissen: Tod, Erben und Vererben sowie Geld an sich sind Tabuthemen. Und in Kirche und Diakonie sind Bedenken gegenüber dem Thema „Erbschaftsfundraising“ weit verbreitet. Die Grundlagenarbeit schlug sich nicht nur in der Ausarbeitung des Kommunikationskonzeptes und der Materialien nieder. Sie hilft bis heute bei kritischen Rückfragen überzeugende Antworten geben zu können.

Das Motto heißt nicht „Erben und Vererben“ oder „Mit dem Erbe Gutes tun“, sondern setzt mit dem Claim „Was bleibt.“ bei einem menschlichen Grundbedürfnis an: dem Wunsch etwas Bleibendes zu hinterlassen. Das zentrale Motiv des Schatzkästchens eröffnet einen leichten Zugang ins



Gespräch: „Was würden Sie in Ihr Schatzkästchen legen?“ Basiselemente des Konzepts sind die Broschüre, die Ausstellung, die Website [www.was-bleibt.de](http://www.was-bleibt.de) sowie Schulungen und Arbeitshilfen für Mitarbeitende.

Flyer und Broschüre dienen als grundlegende Kommunikationsmittel: Die Bestellflyer sind zur Auslage in kirchlichen und diakonischen Räumen bestimmt. Die Broschüre wird nur auf ausdrücklichen Wunsch zugesandt.

Die Ausstellung eröffnet zusätzliche Möglichkeiten, um das Thema zu platzieren, Veranstaltungen anzubieten und öffentliche Aufmerksamkeit zu erzielen. Und sie regt zu eigenen kreativen Adaptionen an: mittlerweile gibt es Predigten, vielfältige Veranstaltungsreihen und Seminarheiten. Die Materialien stehen allen Interessierten als Anregungen und Vorlagen zur Verfügung.

Die Grundstrategie ist dezentrale Kommunikation, weil die begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen so am effektivsten eingesetzt sind. Das heißt die Fundraising-Beauftragten von Landeskirche und Diakonie sind v. a. bei der Materialentwicklung und bei Fortbildungen tätig. Die Aktivitäten werden vor Ort geplant und durchgeführt.

Gemeinden, kirchliche Werke und diakonische Einrichtungen können die Materialien nutzen, wenn zwei Mitarbeitende die Fortbildung „Segen weitergeben...“ besucht haben. Dabei spielen die persönliche Auseinandersetzung mit der Thematik und Rollenklärungen (z. B. im Spannungsfeld zwischen Seelsorge und Testamentsberatung) ebenso eine Rolle wie die gründliche Reflexion ethischer Fragen. Bei allem steht die Orientierung an den Interessen der potenziellen Erblasser und Vermächtnisgeber im Mittelpunkt.

Vor Ort werden interessierte Personen auch begleitet. Bei komplexen seelsorgerlichen, steuerlichen oder juristischen Fragen wird zentral Unterstützung angeboten. Eine Arbeitshilfe sichert die Qualität der Aktivitäten.

## Eine Erfolgsgeschichte

Was als badisches Projekt begann, hat sich mittlerweile ausgeweitet: Neun weitere Landeskirchen haben das Konzept übernommen oder sind an entsprechenden Überle-



© Bilder dieser Seite: neolog communications

gungen. Auf dem Weg dorthin hat sich das Konzept weiterentwickelt, weil viele Kolleginnen und Kollegen ihr Know-how einbringen.

Bereits jetzt sind mehr als eintausend Personen befähigt, vor Ort nachhaltig Beziehungspflege zu leisten. Mit der Ausweitung des Projekts werden in den kommenden Jahren deutschlandweit zahlreiche weitere dazukommen.

Ein Meilenstein war 2017 die neue bundesweite Homepage [www.was-bleibt.de](http://www.was-bleibt.de). Die Auswertung der Zugriffe zeigt: Die Menschen sind v. a. an der Broschüre interessiert und an den Downloadangeboten für Vorlagen, mit denen sie die eigenen Vorsorgebemühungen dokumentieren können. Das stützt noch einmal den adressatenorientierten Kommunikationsansatz.

### Eine adressatenorientierte Awareness-Kampagne

Viele Schulungsteilnehmende sind auch Notarinnen oder Rechtsanwältinnen, engagieren sich ehrenamtlich nicht nur bei der Kirche, sondern auch in Vereinen oder gemeinnützigen Organisationen. Dadurch findet regelmäßig ein Erfahrungsaustausch statt, der weit über den kirchlichen Raum hinausgeht.

Viele empfinden „Was bleibt.“ weniger als kirchliches Erbschaftsfundraising-Konzept, sondern als allgemeine Awareness-Kampagne, bei der sie sich mit ihren Anliegen, Projekten und Einrichtungen mitrepräsentiert fühlen.

Die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Kai Jonas („Konfliktfrei vererben“) und Elke Fischer (Nachfolgeplanung und Nachlassbegleitung) hilft, den Fokus auf die Bedürfnisse der Adressaten nicht aus den Augen zu verlieren.

Wer das Kommunikationskonzept für den eigenen Arbeitsbereich adaptiert, identifiziert sich deshalb meistens in hohem Maße mit „Was bleibt.“: Es ist ein Markenzeichen für eine bestimmte ethisch reflektierte Grundhaltung in einem hochsensiblen Kommunikationsfeld – viel mehr als ein beliebiger Claim ...

### Von „Was bleibt.“ zu „Nicht(s) vergessen“

2016 sind die Verantwortlichen für Seelsorge und Gottesdienst der Evangelischen Landeskirche in Baden auf die Servicestelle Fundraising zugegangen. Der bisherige Bestattungsratgeber sollte grundlegend überarbeitet werden. Ziel war eine ähnlich emotionale und ansprechende Aufbereitung des Themas wie bei „Was bleibt.“

Entstanden sind die Vorsorgebroschüre und der Sammelordner „Nicht(s) vergessen. Gut vorbereitet für die letzte Reise“.

Über 30.000 Bestellungen der Broschüre in 18 Monaten zeigen das große Interesse an dieser Thematik. Bayern, Württemberg und das Rheinland haben das Konzept bereits übernommen, auch hier werden weitere Landeskirchen folgen. Die Vorsorgefragen beschäftigen die Ratsuchenden wesentlich mehr als die Erbschaftsfragen im engeren Sinn. Die Bestellenden erleben Kirche als hilfreich für die Bewältigung der sie bewegenden Lebensfragen. Und aus dem Kreis von Psychologinnen, Hospizmitarbeitenden, Lehrerinnen von Altenpflegeschulen und anderen Fachleuten kommt höchste Anerkennung.


Die Akzeptanz von Fundraising erhöht sich dadurch erheblich, das Netzwerk verbreitert sich und die Zugangs-

möglichkeiten zum Gespräch über Erbschaftsfragen ebenfalls. Aber zugleich wächst damit auch die Verantwortung im Spannungsfeld von zweckfreier Seelsorge und nutzenorientiertem Fundraising.

### Kurz & knapp

„Was bleibt.“ ist ein umfassendes Kommunikationskonzept, dessen Komponenten alle miteinander verzahnt sind. Man kann einzelne Elemente wie den Claim oder die Idee der Ausstellung herausgreifen. Aber nur in der Gesamtschau ergibt sich die Verbindung aus hoher interner Akzeptanz und großer Dankbarkeit der Ratsuchenden für die ihnen entgegengebrachte Offenheit und wertschätzende Haltung.

Dies erzeugt – vor allem in der Verbindung mit „Nicht(s) vergessen“ – ein „Grundrauschen“, welches zu vermehrten Anfragen nach Stiftungs- und Nachlassberatung führt. Der adressatenorientierte Ansatz trägt Früchte.

- Ein sorgfältiges Bedenken der Grundsatzfragen fördert die Auskunftsfähigkeit bei kritischen Rückfragen.
- Erbschaftsfundraising ist Beziehungsarbeit. Es lohnt sich von den Fragen und Bedürfnissen der Adressaten her zu denken.
- Suchen Sie Kooperationspartner, schaffen Sie Netzwerke.
- Verweisen Sie Ratsuchende weiter, wenn sie das Gefühl haben, selbst nicht die richtige Ansprechperson oder Institution zu sein. Das schafft Vertrauen und zahlt sich langfristig aus. 

### Zum Thema

Jonas, Kai J. / Jonas, Hubertus A.: Konfliktfrei vererben. Ein Ratgeber für eine verantwortungsbewusste Erbgestaltung, 1. Aufl. 2013

#### im Internet

[www.lebensphasen-bewusst-gestalten.de](http://www.lebensphasen-bewusst-gestalten.de)

#### in Stiftung&Sponsoring

Beder, Bernd: Nachlassabwicklung. Die Organisation als Erbin (Legatur 6), S&S 6.2017, S. 42–43, [www.susdigital.de/SuS.06.2017.042](http://www.susdigital.de/SuS.06.2017.042)

Beder, Bernd / Mecking, Christoph: Legatur. Gewinnung und Abwicklung von Nachlässen (Legatur 1), S&S 1.2017, S. 44–45, [www.susdigital.de/SuS.01.2017.044](http://www.susdigital.de/SuS.01.2017.044)

Kreuzer, Thomas: Erbschaftsfundraising. Zwischen Empathie und Professionalität (Legatur 2), S&S 2.2017 S. 48–49, [www.susdigital.de/SuS.02.2017.048](http://www.susdigital.de/SuS.02.2017.048)

Kreuzer, Thomas / Alken, Ingrid: Institutional Readiness. Sind Sie bereit für ein strategisches Erbschafts-Fundraising? (Legatur 3), S&S 3.2017, S. 24–25, [www.susdigital.de/SuS.03.2017.024](http://www.susdigital.de/SuS.03.2017.024)

Beder, Bernd: Testamentsberatung. Individuelle Lebensumstände – vielfältige Lösungen (Legatur 4), S&S 4.2017, S. 50–51, [www.susdigital.de/SuS.04.2017.050](http://www.susdigital.de/SuS.04.2017.050)

Kreuzer, Thomas: In Legatakquise investieren. Zwischen Organisationsentwicklung und Beziehungsmanagement (Legatur 5), S&S 5.2017, S. 30–31, [www.susdigital.de/SuS.05.2017.030](http://www.susdigital.de/SuS.05.2017.030)



**Pfarrer Dr. Torsten Sternberg** ist seit 2011 Leiter der Servicestelle Fundraising, Engagementförderung und Beziehungspflege der Evang. Landeskirche in Baden; Schwerpunkte u. a. Stiftungs- und Nachlassberatung; Entwicklung von „Was bleibt.“ und „Nicht(s) vergessen“ zusammen mit KollegInnen und

neolog communications. [torsten.sternberg@ekiba.de](mailto:torsten.sternberg@ekiba.de), [www.was-bleibt.de](http://www.was-bleibt.de), [www.nichtsvergessen.de](http://www.nichtsvergessen.de)