

AKTUELLE DEBATTE

Mit der WM im Doppelpass

Die Fußball-WM begleitet uns seit Wochen und steht nun kurz vor dem Finale. Viele Organisationen versuchten, die Aufmerksamkeit für das runde Leder auch für ihr Fundraising zu nutzen. Dabei setzten sie auf verschiedenste Ideen.



Deutschland im Fußballfieber! Mega-TV-Quoten für Fußballspiele und das Netz voll von bissigen Kommentaren. Ein solcher Event reizt auch gemeinnützige Organisationen, auf der Welle zu reiten und neue Fans für die eigene Sache zu gewinnen.

Der Don Bosco Mondo e.V. startete dafür eine sehr komplette Kampagne. Die Aktion [„1000 Bälle für Brasilien“](#) hat eine eigene Kampagnenseite, auf der man eigene Aktionen planen, spenden und sich informieren kann. Für jede Spendenaktion mit mindestens 100 Euro bekommen die Spender einen besonderen „BoscoArena-Fußball“ als Dankeschön. Auch dem aktuellen Jahresbericht der Organisation lag ein speziell gestalteter Flyer bei, um auf die Kampagne aufmerksam zu machen. Über 60.000 Euro kamen schon in der Vorrunde zusammen.

Misereor setzt auch auf Aktionen und Anlassspenden. Die Hilfsorganisation lädt zur Party und verteilt Cocktail-Rezepte für ein zünftiges Public Viewing zugunsten von Straßenkinderprojekten. Jeder kann sich an der Aktion [„Cocktail Stop“](#) beteiligen, Rezepte und Armbändchen bestellen und den Erlös der Party für Straßenkinder in der WM-Stadt Recife spenden.

TV-Spots und Plakate



Das richtig große Rad mit Fernsehspots und Plakaten drehen große Hilfsorganisationen. Plan International setzt auf Mädchenschwarm und Nationalspieler Mario Götze und versucht mit seiner Aktion [„Kinder brauchen Fans“](#) neue Paten zu gewinnen.



Auch die Deutsche Krebshilfe nimmt am Fußballboom teil und wirbt aktuell in einer Plakat-Kampagne für ihr 40-jähriges Jubiläum. Sie setzt dabei auf die Fußball-Weltmeister von 1974 und Nationalspieler Benedikt Höwedes, der das entscheidende 2:2 in der Vorrunde gegen Ghana vorbereitete.

DFB fördert

Institutionelle Unterstützung kommt vom Deutschen Fußballbund. Der Verband macht so auch gut Wetter bei Journalisten, die den Bau eines Fußballplatzes mitten im Naturschutzgebiet für die Nationalmannschaft kritisierten. World Vision erhielt 20.000 Euro für sein Projekt [„Sports for Life“](#) oder [ChildFund](#) für ein Projekt in Fortaleza 10.000 Euro. „Wir bekennen uns hier in Brasilien dazu, dass wir nicht nur Fußball spielen wollen, sondern auch dort helfen möchten, wo es Nöte gibt“, sagte Wolfgang Niersbach, Präsident des DFB. Im WM-Gastgeberland fördern die drei DFB-Stiftungen gemeinsam mit der Bundesliga-Stiftung und dem Kindermissionswerk unter dem Motto „Sonhos de Crianças – Kinderträume 2014“ 15 Projekte mit einer Gesamtsumme von über einer halben Million Euro.

Petitionen und Tippspiele

Um Menschen zu sensibilisieren und zum Mitmachen anzuregen, werden auch Petitionen genutzt. Das

Aktionsbündnis „[Steilpass. 11 Freunde für Fairness und Gerechtigkeit](#)“, zu dem unter anderem Kolping und Adveniat gehören, überreichte bereits Mitte Juni eine Petition für mehr Fairness und Gerechtigkeit an die brasilianische Regierung. Die Initiatoren fordern den Zugang zu einer ganzheitlichen Bildung und Gesundheitsversorgung für alle und den Schutz der Jugend vor Gewalt: Neben der Regierung richtet sich die [Petition](#), die noch online gezeichnet werden kann, auch an die FIFA und das IOC. Das Aktionsbündnis hat so bereits die Olympischen Spiele in Rio de Janeiro 2016 im Blick.

Brot für die Welt wählt mit seinem [WM-Tippspiel](#) einen noch niederschwelligeren Ansatz. Um am Spiel teilzunehmen und die Ergebnisse der WM zu tippen, hinterlassen die Mitspieler ihre E-Mail-Adresse und Namen und können so später wieder angesprochen werden. Ob allerdings „Hans Würsten“ oder „gelber WC-Duftstein“ später zu Spendern werden, ist noch nicht absehbar.

Und wem das alles viel zu aufregend ist, dem bietet die Deutsche Herzstiftung [zwölf Tipps](#), wie man sein Herz bei spannenden Fußball-Spielen schützen kann. Und für alle WM-Müden: Sonntag ist alles vorbei.

(Bilder: PR)

Einen Kommentar schreiben