

FUNDRAISING-PRAXIS

Lasst Steine sprechen.



Dank an Großspender, Kinderklinik Charité Berlin

Gutes tun und darüber zu reden, ist Teil der amerikanischen Spendenkultur. Auch in Deutschland sind Namen von Spendern schon lange auf Tafeln und Parkbänken verewigt. In Stein gehauen, birgt diese Idee die Chance, für die Ewigkeit sichtbar zu sein. Doch was bringt eine solche schwergewichtige Spendenbescheinigung?

Steine sind seit vielen Jahren immer wieder ein Dankeschön für eine geleistete Spende, holt man sich doch damit ein Stück seines Engagements ins eigene Haus. Ein aktuelles Beispiel ist die Aktion des Landesmuseum Stuttgart für den [Umbau des „Alten Schlosses“](#). Jeder Spender erhält dort ein 5x5x1,5 cm kleines Steinchen mit dem Aufdruck „Mein Stück Altes Schloss“, das tatsächlich aus Steinen des Schlossbaus stammt.

Doch soviel Identität können sich nicht alle Projekte leisten. Oft entstehen Bauwerke auf der grünen Wiese oder haben einen solch historischen Wert, dass jeder Krümel erhalten werden muss, wie beim Gasthof Eichenkranz im Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Die [Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreichs](#) fand dafür eine andere Lösung. Einen Klinker, der mit den Namen der Spender versehen wird. Für Joachim Landgraf, Geschäftsführer der Fördergesellschaft, liegen die Effekte dieses Namenssteins auf der Hand. „Es ist für die Spender eine bleibende Erinnerung und macht die Unterstützung auch öffentlich.“ Mit der Steinaktion konnten in den letzten acht Jahren insgesamt 40.000 Euro eingenommen werden. Das Besondere bei der Aktion ist, dass obwohl der Gasthof Eichenkranz mittlerweile saniert ist, die Aktion immer noch weiterläuft. „Wir haben noch viel zu tun und da ist uns jede Unterstützung recht.“ Seitdem im Eichenkranz auch gefeiert werden kann, kommen so auch Steine mit den Namen und Daten von Hochzeitspaaren, Klassentreffen oder anderen Jubiläen neu dazu. Nur jetzt muss sich Landgraf langsam etwas einfallen lassen. Denn die Fachwerkwand, die im Garten des Eichenkranz kontinuierlich und öffentlichkeitswirksam mit Steinen gefüllt wurde, ist fast voll. Doch auch dafür hätte Peter Lindner, der die Steine in Dessau mit seiner Firma [Fanstein](#) produziert, eine Idee. „Die Steine sind unverwüchtlich und man kann sie auch als Weg verlegen. Sie sind sogar befahrbar!“ Ein weiterer Vorteil sind für Lindner die günstigen Stückpreise. „Bei einem Steinmetz bewegen Sie sich ja bei solchen Gravuren preismäßig schon im Liebhaber-Bereich.“ Lindners Firma setzt dagegen auf moderne Technik und individuelle Lösungen. Mit einem High-Tech-Laser brennt er innerhalb weniger Minuten in einen handelsüblichen Klinker den Namen des Spenders, Logos oder sogar Unterschriften. „Alles was ein

Rechner darstellen kann, können wir auch auf diesen Stein brennen“, bekräftigt Lindner. Prädestiniert sind die Steine sicher für Bauprojekte.

Um die Steine aber auch unter die Leute zu bekommen, braucht es eine sinnvolle Staffelung. Lindner bietet deswegen verschiedene Größen an, um den Fundraisern ein abgestuftes Konzept nach Spenden- oder auch Sponsoringhöhe zu ermöglichen. Joachim Landgraf hatte zwei Größen im Angebot. 100 Euro für den normalen Klinker und 500 Euro für einen größeren quadratischen Klinker. Auch die Berliner Charitee setzte den Stein als [Dankeschönaktion für ihre Großspender](#) von 5 bzw. 10.000 Euro ein. Die Spendensteine wurden hier direkt vor dem Eingang der Kinderklinik ins Pflaster eingelassen. Aber auch in der Miniaturversion beispielsweise als Briefbeschwerer für den Schreibtisch erfreut sich der Stein reger Nachfrage. Unlängst ließ das [Marienhaus-Hospiz der Waldbreitenbacher Hospizstiftung](#) viele kleine Steine mit dem Schriftzug „Dankeschön“ für ihre Spender anfertigen.

Bleibt die Frage nach den Kosten. Diese stehen und fallen mit der Fundraising-Strategie. „Ohne Konzept bewirkt auch der Spendenstein keine Spendeneinnahmen. Das Projekt muss überzeugen, dann kommt der Stein als wertiges Dankeschön zur Geltung und stiftet andere an, es gleich zu tun“, ist Lindner überzeugt. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit sei auf jeden Fall wichtig. Die Frage nach der richtigen Kosten-Spenden-Relation muss jede Organisation für sich selbst beantworten. Aus Lindners Erfahrung sollten die Initiatoren für einen normalen, einfachen Stein zwischen 50 und 100 Euro verlangen. Dessen Kosten betragen damit zwischen 15 bis 35 Prozent der Spende. Lindner hält das für angemessen, denn „es geht ja nicht nur um die nachhaltige Würdigung eines größeren Engagements sondern auch um die Werbewirkung“, meint er. So bewirkten öffentlichkeitswirksame Bekenntnisse der Spender eben auch zusätzliche Aufmerksamkeit und Nachahmer, die ebenfalls Spendensteine erwerben würden. Das kann Landgraf bestätigen, der beim Eichenkranz schon kleine Traditionen feststellt. Erst letztens bestellte ein Spender zwei weitere Steine zur Erinnerung an die Konfirmation seiner Kinder. Beim Eichenkranz-Projekt gibt es dafür ein Formblatt, das man persönlich ausfüllt, damit es zu keinen Fehlern kommt.

(Bild: (c) Wiebke Peitz, Charité - Universitätsmedizin Berlin)

Einen Kommentar schreiben