



***Vis niet achter
het net!***

**Gids voor
Geldwerving**

**Oud-Katholieke Kerk van
Nederland
2010**

Inhoud

01.	Inleiding	3
02.	Kerkbestuur en Geldwerving	5
03.	Een analyse	7
04.	Pastoraat en Geldwerving	9
05.	Bewust zijn - bewust worden	10
06.	De bijdrage	13
	a. Bedrag	
	b. Methode	
	c. Manier	
07.	Kerkbalans	18
08.	Onze vijver	22
09.	Doelgroepen	23
10.	Doelgroepen - Verdiepen	26
	Meelevende parochianen	
	Toetreders, herintreders,	
	gastleden	
11.	Doelgroepen - Verbreden	28
	a. Randkerkelijken	
	b. Nominalen	
	c. Jeugd en Jongeren	
12.	Doelgroepen - de Omgeving van het kerkgebouw	32
13.	Medewerkers	34
14.	Communicatie	36
15.	Adviseurs	38
16.	Fondswerving en sponsering	40

1. Inleiding

Kerken zijn voor mensen wegwijzer,
Licht op de weg

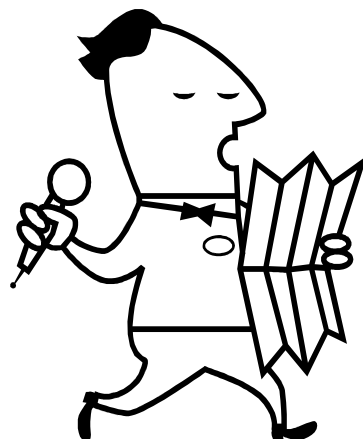
Ze doen dat door mensen
samen te brengen
in bezinning en gebed,
ontmoeting en gesprek.

Mensen worden er soms ook
'op een ander been gezet',
gesterkt in hun strijd
voor het leven,
tegen geweld,
tegen armoede,
tegen uitsluiting en uitbuiting,
voor vrede en gerechtigheid.

En mensen worden
in ziekte en uitzichtloosheid
ook gehoord, gesterkt en getroost
vanuit het licht van het geloof.

We moeten allen onze weg vinden.
De kerk wil mensen daarbij tot gids zijn.
Wie heeft geen gids nodig?

Een gids kost geld.



Uit: Overwegingenboekje, Kerkbalans 2006.

Geldwerving

Doel van deze notitie is parochies te helpen de eigen geld- en fondsenwerving te verbeteren. Er zijn tekorten of er dreigen tekorten. Als er niet meer geld komt, moeten er maatregelen genomen worden.

- De formatie moet verminderd worden
- Niet alle gebouwen kunnen gehandhaafd worden
- De houtworm en boktor moeten nog maar een jaartje doorknagen. Een mooi gedicht maakt de ellende niet minder.

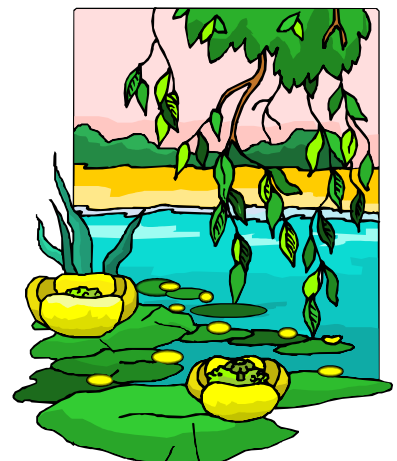
Het staat er zo mooi: kerken zijn een wegwijzer en een gids kost geld. Elk jaar heeft de actie Kerkbalans weer een nieuw prachtig motto. Maar de vijver waarin wij vissen is niet zo groot en de diepte is afhankelijk van de economische situatie.

In Breed Beraad, het werkboekje over nieuw beleid in de Oud-Katholieke Kerk van Nederland worden over de financiën de volgende opmerkingen gemaakt.

- De financiële draagkracht van de kerk is te klein: de bijdragen staan niet meer in verhouding tot de opbrengst uit de 'dode hand' en tot de personele lasten.
- In parochies moeten we af van het 'potjes-denken'. Uiteindelijk ondergraaft dat de solidariteit. Het is één kerk of geen kerk.
- De gelovigen zullen zich meer bewust moeten worden van de lasten en tekorten van de kerk.
- Ook hier is betere werving geen vies woord. Maak duidelijk wat pastoraat kost, wat een dienst kost, versterk de betrokkenheid. Wat is de kerk u waard.
- Dienstverlening buiten de parochie (kerkverhuur, trouwerijen) is een middel van bestaan. Niemand zal vreemd opkijken als er behoorlijke tarieven worden gehanteerd.

In de komende hoofdstukken komen deze uitspraken aan de orde.

Aan ons de taak de vijver waarin we vissen groter en dieper te maken en tegelijkertijd de vangst te vergroten. Daarbij moeten we ons ook bewust zijn dat onze vijver ook bevist wordt door anderen.



Geldwerven wordt maatwerk.

En maatwerk kost meer tijd en energie dan confectie.

Redenen die aangevoerd worden om de systematiek van de geldwerving in de parochie niet te veranderen zijn:

1. Onze huidige systematiek voldoet nog goed. Aanpassing is niet aan de orde.
2. Onze parochie is daarvoor te klein.
3. Het kerkbestuur is onderbezet en de penningmeester overbelast.

Deze notitie geeft een wijziging in die opstelling.

- Door de aanpassing van onze doelstelling voldoet de huidige systematiek niet meer. Wijziging van de systematiek leidt tot betere resultaten.
- De omvang van onze parochie houdt het maatwerk overzichtelijk.
- De nieuwe werkwijze heeft een aantal parochianen enthousiast gemaakt Een van de leden van de binnenkort op te richten werkgroep Geldwerving Nieuwe Stijl is zo enthousiast geworden dat ze de penningmeester gaat assisteren bij zijn werkzaamheden.

Deze notitie biedt **geen kant en klare oplossingen**.

Een uitgebalanceerd pakket aan maatregelen dat de financiële huishouding van de parochie op een gezond peil houdt of brengt moet door de parochies zelf samengesteld worden.

Het Collegiaal Bestuur biedt ondersteuning middels adviseurs.

2. Kerkbestuur en de geldwerving

Het in veel parochies niet mogelijk 'het bedrijf kerk' te laten `draaien' uit de bijdragen van de "levende kerk". Onder bijdragen van de "levende kerk" wordt verstaan:

- opbrengst van de actie Kerkbalans
- collectes
- incidentele giften.

Deze inkomsten zijn niet voldoende om de uitgaven te dekken en de groei van de bijdragen blijft achter bij de groei van de uitgaven.

Op het gebied van geldwerving zullen meer en andere activiteiten ontplooid moeten worden.

Geldwerving raakt aan veel facetten van het parochieleven.

Het is geen op zichzelf staande economische activiteit maar hoort

onlosmakelijk bij pastoraat en parochieopbouw. Naast het maken van de keuze hoe en voor wie we kerk willen zijn, wat onze kernactiviteiten zijn, wie we bereiken willen en hoe wij met mensen om willen gaan, is de vraag hoe wij de gelden hiervoor bij elkaar brengen ook een aspect van kerkopbouw evenals het wijzen van parochianen op hun verantwoordelijkheid de kerk financieel te onderhouden.

Het gaat bij geldwerving om meer dan het sluitend maken van de begroting van de parochie. Het gaat erom in hoeverre parochianen bereid zijn samen de schouders te willen zetten onder het werk van de parochie: hoe mensen betrokken kunnen en/of willen zijn op elkaar en op het werk voor de parochie; hoe parochianen aangesproken worden door de activiteiten die vanuit de parochie worden verricht.

Bij geldwerving gaat het om een stuk gemeenteopbouw.



Het proces van geldwerving is een nieuwe weg ingeslagen. Uitgangspunt is de persoonlijke benadering, het is arbeidsintensief maar werkt effectief. Succesvol geldwerpen staat of valt met de aanwezigheid van draagvlak bij het kerkbestuur, de harde kern van de parochie en met de beschikbaarheid van menskracht.

Elke parochie moet een plan hebben dat de geldwerving een belangrijke input geeft. Zo'n plan moet gericht zijn op;

- een zo breed mogelijke achterban;
- een verdieping van de relatie met de parochianen die bijdragen;
- een relatie met de wijk, de buurt, het dorp, de stad;
- het stimuleren van schenken;
- het creëren van mogelijkheden voor een maatschappelijke functie.

Dat betekent:

- de stand van zaken in kaart brengen
- doelen vaststellen
- plannen maken
- uitvoeren
- evalueren
- en weer opnieuw beginnen.

Bij het ontwikkelen van een (meerjaren) beleidsplan zal tot de conclusie gekomen worden dat geldwerving een continue proces is en dat er gedurende het gehele jaar activiteiten moeten zijn.

Geldwerven kost geld, neem op de begroting opnemen een post kosten geldwerving op

'De bal ligt bij u kerkbesturen, bij u als verantwoordelijk bestuur, u moet beleid bepalen en vaststellen. Maar u bent niet alleen verantwoordelijk voor de uitvoering van het beleid

Uw kerk moet u ondersteunen, anders vloeien de prioriteiten weg in de orde van de dag, worden zij uit uw beleid verbannen door het vele dat noodzakelijk is en het urgentst dat niet kan wachten. De bal alleen rollen gaart rollen als u mee wilt spelen.'

Uitspraak bij een inleiding op een kerkmeesterdag.

3. Een analyse

" De begroting van de kerk laat een tekort zien op de handhaving van de huidige pastorale voorzieningen".

en

"Het jaar 2010 geeft het grootste tekort aan van de afgelopen 4 jaar". Twee citaten uit de inleiding van de begroting 2010 van de Oud-Katholieke Kerk van Nederland.

De Jaarrekening 2008 geeft bij de post 1.0 Heffingen de volgende bedragen:

Opbrengst uit de levende kerk (50 %)	€.	270.483
Opbrengst uit vermogen	€.	216.048
Opbrengst uit onroerend goed	€.	163.127

De levende kerk heeft € 270.483 bijgedragen Dit is 24 % van het budget van de Oud-Katholieke Kerk van Nederland.

De totale opbrengst van de levende kerk bedroeg in 2008 dus $2 \times € 270.483 = € 540.966$.

In 2008 gaf de Oud-Katholieke Kerk van Nederland een bedrag van € 1.464.441 uit (exclusief projecten). De post Personele Kosten was met € 1.088.954 de grootste post.

Deze € 1.088.954 waren bestemd voor de totale honorarium- en salariskosten van:

- 13,10 fte pastores (regulier)
- 1,00 fte pastores (pastoraal fonds)
- 1,70 fte bisschoppen
- 2,00 fte organisatie en beheer

In 2008 waren de gemiddelde kosten per fte: € 61.177,-

Uit de heffing van de levende kerk € 270.483 kunnen slechts 4,42 fte's bekostigd worden.

En bij het inzetten van de totale opbrengst van de levende kerk (€ 540.966) blijft de teller op 8,84 fte stilstaan. Het aantal 8,84 is inclusief bisschoppen, secretaris, adjunct secretaris en consulent.

Dat was het huishoudboekje van de organisatie.

Hoe ziet het boekje van de parochie eruit.



Hoe verhoudt het inkomen van de levende kerk zich tot het inkomen uit bezit. Een parochie met hoge inkomsten uit bezittingen zal makkelijker de begroting rond te krijgen dan een parochie zonder bezittingen.

In tijden van recessie zullen de inkomsten uit bezit ook onder druk komen te staan.

Uit alle cijfers blijkt dat het aandeel levend geld in de kerkelijke huishouding drastisch en dramatisch vergroot moet worden. Ook in parochies die veel bezittingen hebben.

Het honorarium van de pastoor(s) zou idealiter gedekt moeten worden uit de inkomsten uit de levende kerk. **De inkomsten uit de levende kerk moet de belangrijkste kurk worden waarop onze kerk financieel drijft.**

De inkomsten moeten gedragen worden door alle gelovigen van onze kerk. Daar zal onze zorg op gericht zijn in de komende jaren.

Er moet veel gebeuren.

De keus al dan niet de geldwerving te vernieuwen, aan te passen en te intensiveren is uit handen genomen. Het is een luxe te praten over al dan niet intensiveren

Hoe zou de kerk, de parochie eruit zien als er niet teruggevallen kon worden op het rendement van bezit dat in het verleden is verkregen.

4. Pastoraat en geldwerving

De basis van geldwerving is de persoonlijke benadering.

De kerk moet zichtbaar zijn.

De betrokkenheid van parochianen op de parochie moet worden vergroot, investeren in de relatie met mensen is daarvoor een voorwaarde.



Er bestaat een directe relatie tussen de bijdrage aan de kerk en de pastorale zorg.

De zichtbaarheid van het werk van ambtsdragers, zij zijn aangesteld in de parochie om het pastoraat te behartigen, is daarom van groot belang.

De pastorale relatie en de financiële relatie zijn uitdrukking van een en dezelfde band met de parochie.

De financiële bijdrage is de uitdrukking van de (pastorale) relatie die er is. Bezoek aan parochianen is recht evenredig met de hoogte van de bijdrage. Een significante wijziging in het geefgedrag kan dus mogelijk een pastoraal tintje hebben. Hier is een belangrijke rol weggelegd voor de pastoor.

Dit pleit voor meer aandacht en waardering voor het pastoraat, het directe pastoraat in de parochie en de directe pastorale zorg voor de parochianen.

Het bezoeken van parochianen buiten de geldwerving actieperiode, ook door anderen dan de ambtsdrager, is zeer belangrijk en motiveert. Spreek bij een bezoek echter nooit alleen over geld, dat geeft afvallers.

Een vraag die regelmatig gesteld wordt is of de ambtsdrager over geld kan / mag praten. Die vraag kan **bevestigend** beantwoord worden. Geld is neutraal, het wordt pas negatief of positief gelabeld door de wijze van vergaren en de wijze van besteden. De ambtsdrager kan een

bijdrage aan de kerk bespreken, kan uitleggen waarom de kerk geld nodig heeft, dat 3% van het netto inkomen de norm is en waar de bijdragen aan worden besteed.

Praten over bedragen is voor de ambtsdrager taboe.

Aan de andere kant is het voor het pastoraal werk noodzakelijk te weten dat de leden bijdragen.

Het persoonlijk benaderen van mensen voor een bijdrage aan de parochie gaat hand in hand met het aangaan en onderhouden van een relatie.

Eigenlijk zou de pastoor, vanuit de filosofie dat geldwerving een belangrijk stuk gemeenteopbouw is, hierin een voortrekkersrol moeten vervullen.

Helaas is dit niet het geval.

Al te vaak wordt gehoord: "Ja, maar moet ik dan over (het werven van) mijn eigen honorarium gaan praten?" Pastoraal vrij te willen blijven, wordt ook gehanteerd als argument om het praten over financiën verre te houden. Geldwerving staat in het licht van gemeenteopbouw en een pastoor kan daar niet buiten gaan staan. De pastoor heeft een zeer belangrijke rol bij geldwerving

Geld werven is een institutionele bezigheid en institutionele betrokkenheid is gering bij mensen (en niet alleen aan de rand); daarom is het van groot belang om geldwerving te koppelen aan gevoel en beleving.

Geld werven nieuwe stijl vraagt een parochie om mensen duurzaam bij de kerkgemeenschap te betrekken en een (pastorale) relatie op te bouwen.

5. Bewust zijn, bewust maken

" De gelovigen zullen zich meer bewust moeten worden van de lasten en tekorten van de kerk". Een van de opmerkingen over financiën die in het kader van Breed Beraad gemaakt is.

De kerk heeft geld nodig heeft.

Dat wij, mensen, de kerk zijn en dat daar een financiële bijdrage bij hoort, moet bij de parochianen nog beter benadrukt worden.

Bijdragen is vrijwillig, niet vrijblijvend.

De kerk heeft een aantal imagoproblemen, onder andere:

1. Het denkbeeld dat de kerken rijk zijn.
 2. Een belangrijk deel van de kosten wordt betaald door de overheid.
 3. De financiën van het bisdom zijn toereikend voor de parochies.
- Deze opvattingen komen niet overeen met de werkelijkheid. De kerk is rijk aan 'liturgische inventaris' en gebouwen. Deze bezittingen genereren niet of nauwelijks inkomsten. Integendeel zij komen voor op de uitgavenkant van begroting en jaarrekening, want de kosten voor behoud en beheer zijn niet gering. De bijdragen van de overheid betreffen slechts een bepaald percentage van de kosten die gemaakt moeten worden voor renovatie.

Parochianen zijn niet doordrongen van de noodzaak een substantiële bijdrage te moeten leveren voor een gezonde financiële huishouding van de parochie en de landelijke kerk.

De financiële betrokkenheid van de leden moet verbeterd worden. Gezien de huidige financiële positie van de kerk is het de enige mogelijkheid om te overleven. Aan alle parochianen moet duidelijk gemaakt worden waar het geld voor is bestemd.

Hoe concreter het doel kan worden uitgelegd, hoe groter de opbrengst.

Waar de bijdrage voor nodig is, kan duidelijk gemaakt worden aan de hand van concrete voorbeelden, zoals de kosten van:

- een huisbezoek, inclusief reistijd.
- een vergadering van 2 uur
- een uitvaart qua voorbereiding en nazorg
- het gebruik van de kerk bij een uitvaart
- het gebruik van de kerk bij een huwelijk
- een eucharistieviering in de zomer en in de winter.
- De kosten van onderhoud van de kerk, de pastorie
- De energierekening van de kerk.

Persoonlijke benadering en publiciteit spelen een belangrijke rol in het bewustwordingsproces.

In een bijlage bij de begroting of als onderdeel van een geldwervingsactie, bijvoorbeeld Kerkbalans, kan worden aangegeven hoeveel euro per meelevend lid er nodig is om kostendekkend te zijn. Het financiële overzicht van de parochie geeft door het ontbreken van het honorarium van de pastoor een vertekend, onduidelijk beeld.

Parochianen kunnen daardoor een te rooskleurig beeld van de financiën krijgen.



Het honorarium, uitgaande van een gemiddelde honorariumlast kan opgenomen worden aan de uitgavenkant van zowel begroting als rekening en verantwoording. Aan de inkomstenkant kan 50 % van de opbrengst uit de levende kerk geormerkt worden voor het honorarium. Door het opnemen van het honorarium worden de parochianen zich bewust van de lasten en tekorten.

Het opnemen van het honorarium in de financiële verslaglegging van de parochie heeft het voordeel dat het voor de parochianen ook duidelijk wordt dat:

1. in vrijwel alle parochies de bijdrage van de parochianen niet voldoende is voor het honorarium van de ambtsdrager,
2. de heffing geen 'belastingaanslag' van de landelijke kerk is, maar de betaling van de factuur voor (een deel van) het honorarium van de pastoor;
3. de activiteiten van de landelijke kerk een toegevoegde waarde voor de parochie hebben.

Het feit dat de parochie zijn eigen pastoor niet kan betalen is mogelijk een stimulans de bijdrage te verhogen. Bij een geldwervingsactie wordt het volgende speerpunt:

"We streven ernaar dat wij de verantwoordelijkheid voor de bezoldiging van onze pastoor waar maken. Dit is mogelijk wanneer alle parochianen 3% van het netto inkomen bijdragen.

Wanneer alle leden zich bewust zijn van de noodzaak van het 'naar draagkracht' bijdragen en daar naar handelen, behoeft de discussie over de mate van vrijwilligheid van de kerkelijke bijdrage niet te worden gevoerd. Communiceren is daarbij een belangrijk aspect.

De vraag: 'wat doet de kerk met mijn bijdrage' zou nooit gesteld mogen worden.

Het beschikbaar stellen van begroting en rekening en verantwoording om deze vraag te voorkomen, is niet voldoende.

De financiën van de parochie zijn vaak onbekend.

Uit onderzoek naar geelgedrag blijkt dat mensen behoefte hebben aan duidelijkheid; waar is het geld voor en wat wordt hier ermee bereikt. Laat de mensen weten dat hun bijdrage goed besteed wordt.

Een persoonlijke benadering zal effect sorteren.

6. De bijdrage

1. Welk bedrag

'Hoeveel moet ik bijdragen',

Als die vraag gesteld wordt, bekruipt ons vaak een licht gevoel van gene.

Moet ik gaan zeggen wat iemand kan bijdragen. Ik kan toch niet in zijn of haar portemonnee kijken.

Het is echter de ervaring van professionele geldwerfers dat veel mensen behoefte hebben aan een concrete suggestie.

In een van de projecten van de Interkerkelijke Commissie Geldwerving is dit bevestigd en een van de aanbevelingen van het Breed Beraad proces luidt:

“Er moet meer duidelijkheid komen over hoeveel men geacht wordt bij te dragen, mensen aanspreken op hun verantwoordelijkheid. Bijdragen is geen droeve plicht, maar een vreugde waaruit blijkt dat je trots bent op je kerk.”

Duidelijkheid hoeveel men geacht wordt bij te dragen en duidelijkheid waarom er moet worden bijgedragen en duidelijkheid over de verantwoording van de bijdrage. Duidelijkheid betekent communicatie.

Waarom

Hoeveel moet ik bijdragen en wat krijg ik daarvoor?

Een bijdrage komt in de eerste plaats de kerkelijke gemeenschap ten goede en niet de gever. Parochianen dragen samen en solidair de lasten voor elkaar. Dat doen zij vrijwillig maar niet vrijblijvend.

Zo wordt het mogelijk gemaakt dat ook anderen - die veel minder of niet (kunnen)bijdragen - voluit delen binnen de parochie.

Het is van onschatbare waarde dat een parochiaan of niet parochiaan geen rekening krijgt voor voorrijdkosten en diensten die de kerk hem of haar verleent

De kerk, waar de gever bouwsteen van is vraagt een financiële bijdrage.

Het bepalen van de hoogte is de verantwoordelijkheid van de gever. De norm is 3% van het netto inkomen.

Bij het adviseren van de hoogte van de bijdragen speelt een drietal factoren een rol.

- de hoogte van de uitgaven van de parochie
- de hoogte van het inkomen van de parochiaan

De bereidheid van de gever een offer te brengen, dat wil zeggen iets niet te doen en daarmee de bijdrage aan de kerk te verhogen.

In een aantal parochies is het mogelijk een deel van de uitgaven te betalen uit de opbrengst van effecten en onroerend goed.

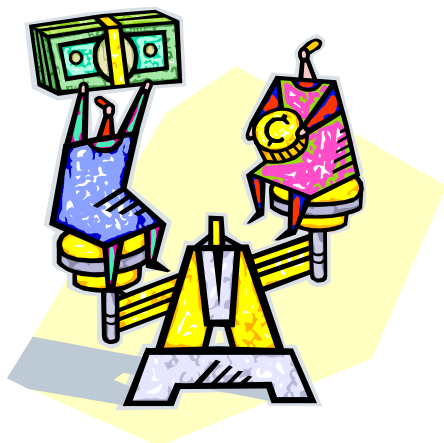
In Breed Beraad wordt geconstateerd dat de financiële draagkracht van de kerk is te klein, de bijdragen uit de levende kerk staan niet meer in verhouding tot de opbrengst uit de dode hand.

Voor het bewustwordingsproces en voor het bepalen van de hoogte van de gemiddelde bijdrage moeten de exploitatie en de honorariumkosten gedekt worden door de levende kerk

Met behulp van dit gegeven en het aantal meelevende leden kan berekend worden hoeveel er per parochiaan nodig is.

Het geeft de benodigde gemiddelde bijdrage per parochiaan aan en stimuleert de solidariteitsgedachte.

Verantwoording



Gevers willen vrijwel altijd weten wat er met 'hun' geld gebeurt. De bereidheid om zomaar geld voor een goed doel te geven is er niet meer. Men wil geïnformeerd worden wat er met de bijdrage 'gebeurt'.

Voor sommige gevers moeten de cijfers toegankelijker gemaakt worden, anderen willen graag weten wat er achter de cijfers schuilgaat en weer anderen hebben niets met cijfers maar willen weten wat er precies gebeurt in de parochie.

Nogmaals: Hoeveel?

3 % van het netto inkomen.

Dat is het bruto inkomen verminderd met de directe belastingen en sociale premies. Tot die laatste categorie worden ook ziektefondspremies en premies voor een particuliere ziektekostenverzekering gerekend.

Mensen die zich niet willen binden.

Het is van onschatbare waarde dat de kerk na verleende diensten geen rekening hoeft te zenden. Kunnen we dit principe handhaven?

Het woord shoppen komt ook voor binnen de muren der kerk.

Een shopper heeft het standpunt dat er betaald wordt, waar gebruik van wordt gemaakt. Wat wil ik en wat is daarvan de kostprijs

Wat is er nodig, wat gebeurt ermee en wat levert het voor mij op.

Het begrip solidariteit is hier ver te zoeken.

Voor deze categorie is een tarievenstelsel op zijn plaats.

En om het principe van de solidariteit niet te verlaten kan er op elke 'factuur' een post solidariteit worden opgenomen. (minimaal € 100,00)

2. Methodes

Er zijn allerlei vormen om bijdragen te geven aan de Oud-Katholieke Kerk van Nederland, zowel tijdens het leven als na overlijden.

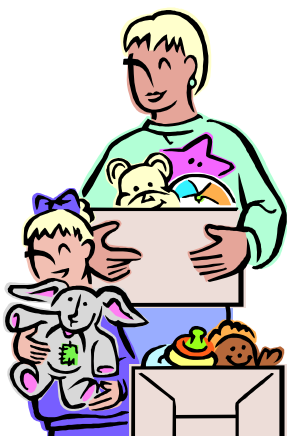
In veel gevallen zijn schenkingen aan de kerk aftrekbaar voor de inkomstenbelasting of op andere wijze fiscaal voordelig.

Bij schenkingen worden incidentele en periodieke bijdragen onderscheiden.

2.1 Incidentele schenking: bijdrage, gift

Een van de manieren waarop de parochie of de landelijke kerk een bijdrage gegeven kan worden, is een incidentele schenking. Ook als er jarenlang elk jaar een vaste bijdrage aan de kerk wordt gegeven, is er belastingtechnisch toch sprake van een incidentele bijdrage. Het bedrag kan in een keer of in een aantal termijnen per kalenderjaar worden betaald.

2.2 Periodieke schenkingen of bijdragen



Bij een periodieke schenking wordt de afspraak gemaakt gedurende een periode van tenminste vijf jaar een keer per jaar een schenking te doen.

Het aantal jaren (met een minimum van vijf) dat bijgedragen wordt en de hoogte van het jaarlijks te geven bedrag wordt door de gever bepaald. De afspraken worden tevoren bij een notaris vastgelegd in een 'periodieke akte van schenking'.

Het minimumbedrag voor periodieke schenkingen is € 200 per jaar.

Bij een periodieke of notariële schenking, ook wel Lijfrenteschenking genoemd, is de fiscale regeling aanmerkelijk gunstiger dan bij de incidentele schenking.

2.3 Schuldig blijven van een geschonken bedrag

Bij notariële akte kan een bedrag geschonken worden onder de bepaling dat de gever dit bedrag tot aan zijn/haar overlijden (tegen de gangbare rente) schuldig blijft. In het jaar dat het bedrag geschonken is, bestaat het recht op aftrek volgens de regeling voor giften.

2.4 Schenken bij leven

Wanneer de keuze bestaat tussen schenken of een legaat of erfstelling verdient het aanbeveling de keuze te laten vallen op schenken tijdens het leven, eventueel in de vorm van een periodieke bijdrage.

2.5 De kerk als erfgenaam

Wat er na de dood met bezit moet gebeuren, wordt door de bezitter zelf bepaald. In een testament kan vastgelegd worden welke bestemming de nalatenschap krijgt.

(Zie voor meer gegevens en regelingen de brochure Geven Om is Geven Aan. Deze brochure kan aangevraagd worden bij het Bisschoppelijk Bureau)

3. Manier.

Veel parochies werken bij de actie Kerkbalans met een toezegging formulier.

Het is overzichtelijk en eenvoudig in te vullen.

Wanneer van dit formulier gebruik gemaakt wordt, ligt het initiatief verder bij de gever. Deze moet er voor zorgen dat het bedrag dat is toegezegd, voor 31 december 2010, is betaald.

Het bedrag kan dan worden betaald met behulp van een overschrijvingsformulier of contant.

Acceptgiro's

Bij acties wordt vaak gebruik gemaakt van de acceptgiro.

Bijdragen gedaan via acceptgiro's zijn vaak klein.

Houdt er wel rekening mee dat de kosten van de acceptgiro het drievoudige zijn van de machtiging. En in tegenstelling tot de doorlopende machtiging moet er bij elke actie weer om een bijdrage gevraagd worden.

Periodieke overschrijving

Een bijdrage kan ook betaald worden via een periodieke overschrijving. Hierbij kan een keuze gemaakt worden uit betalingen per jaar, per kwartaal en per maand.

Voordeel is dat de betalingen regelmatig binnen komen en dat er aan het eind van het jaar geen herinneringen verstuurd moeten worden.

Nadeel is dat de hoogte van het bedrag bij periodieke overschrijvingen vaak jaren achtereen hetzelfde is.

Periodieke machtiging tot wederopzegging

Het kan de parochianen die per overschrijving of acceptgiro betalen gemakkelijker gemaakt worden door hen een doorlopende machtiging aan te bieden.

Het kerkbestuur wordt hierdoor gemachtigd periodiek (maandelijks, per kwartaal of jaarlijks) tot wederopzegging een bepaald bedrag van de rekening af te schrijven.



Parochianen die door middel van een periodieke overschrijving betalen kan een formulier aangeboden worden waarmee ze hun Periodieke Overschrijving stopzetten en de parochie machtigen tot een doorlopende automatische incasso.

Periodieke machtigingen staan garant voor een zo hoog mogelijke bijdrage en beperking van het aantal afhakers. Mensen zijn bij een machtiging voor langere tijd verbonden. De gemiddelde termijn tot opzeggen is ongeveer 7 jaar. Wanneer er eenmaal een periodieke machtiging is, kan deze ook worden ingezet in het vervolgtraject.

Bij een volgende actie kan eventueel gevraagd worden het maandelijks bedrag te verhogen.

Om een zo hoog mogelijke bijdrage te kunnen vragen en een duurzame geefrelatie te stimuleren, kan het beste aangestuurd worden op incassomachtigingen (vooral maandmachtigingen).

Bedragen die via overschrijving, acceptgiro en periodieke overschrijving gedaan worden, blijven vaak jarenlang ongewijzigd. Een verandering in de wijze van betalen kan ook een wijziging van de bedragen geven.

Veel mensen zijn zich niet bewust dat de bijdrage die ze jaren geleden toegezegd hebben nu te laag geworden is.

Het geven van een klein bedrag per maand bijvoorbeeld € 20,-, lijkt voor mensen minder te zijn dan een keer € 200,- en je hoeft er niets voor te doen. In gesprekken kan naar nog kleinere geldeenheden worden gekeken. 1 Euro per week, een halve euro per dag.

365 euro in een keer is een heleboel, maar 1 euro per dag, per maand te betalen, geeft een heel ander beeld.

Voor de Verbredingactie wordt geadviseerd een incassomachtiging 'tot wederopzegging' te vragen en deze machtiging gedurende een aantal jaren te incasseren en de gevers bijvoorbeeld na 3 of 4 jaar te benaderen (met een speciale) brief met de vraag hun machtiging te verhogen.

Werk aan de winkel

Wanneer er naar gestreefd wordt de betalingen zo veel mogelijk met behulp van doorlopende periodieke machtigingen te laten plaats vinden, moet er geïnvesteerd worden in tijd, geld en middelen. De investering zal echter veel rendement geven.

Om gebruikt te kunnen maken van schriftelijk en telefonisch afgegeven incassomachtigingen moet een contract afgesloten worden met de bank.

Op www.currence.nl kan de folder Incasso en Acceptgiro voor de zakelijke markt' worden 'gedownload'.

7. Kerkbalans



De Actie Kerkbalans

Kerkbalans, de geldwervingsactie van kerken, wordt vanaf 1974 gevoerd door de Rooms-katholieke Kerk, de Protestantse Kerk in

Nederland, (in 1974 de Nederlandse Hervormde Kerk, de Gereformeerde Kerken en de Evangelisch Lutherse Kerk), de Oud-Katholieke Kerk, de Doopsgezinde Sociëteit, en de Remonstrantse Broederschap.

Deze geldwervingsactie vindt plaats onder de eigen leden die op vrijwillige basis geld geven voor hun geloofsgemeenschap. De plaatselijke actie wordt ondersteund met landelijk ontwikkeld algemeen promotiemateriaal. Kenmerken van Kerkbalans zijn:

- het zeer persoonlijke en het directe contact van de gevers met de vrijwilligers;
- de directheid tussen geveer en doelstelling (plaatselijke kerk);
- de eenvoudige en zuinige uitstraling van de fondsenwervende communicatie.

De kracht van de actie ligt in een persoonlijke benadering van de parochianen.

De opbrengst van Kerkbalans is bestemd voor kosten van de eigenparochie zoals: onderhoud van het gebouw;

- verwarming
- verlichting
- personele kosten

- pastorale kosten
- bijzondere vieringen

Het gaat om alle kosten die gemaakt moeten worden om de kerkdeuren open te houden en mensen welkom te blijven heten.

Daarnaast is een deel van de opbrengst bestemd voor landelijke werk Hiermee worden:

- parochies ondersteund;
- projecten en activiteiten ontwikkeld;
- de betalingen van de honoraria van de ambtsdragers gedaan.

In Nederland wordt per jaar 4 miljard Euro aan "goede doelen" gegeven. De huishoudens leveren 41% van dit bedrag. De actie Kerkbalans is de geldwervingsactie met de hoogste opbrengst.

Van Kerkbalans naar Kerkbalans Nieuwe Stijl

Tot en met 2004 stegen de jaarlijkse inkomsten van de Actie Kerkbalans. "Minder mensen geven meer" was de trend.

In 2005 gaven de toezeggingen voor het eerst in de geschiedenis van de Actie Kerkbalans een daling te zien. Om te proberen dit proces van dalende inkomsten een halt toe te roepen, heeft de Interkerkelijke Commissie Geldwerving een plan ontwikkeld. Dit plan moet de fondsenwerving van de kerken een belangrijke impuls geven.

Het plan is gericht op het verbreden van de gevende achterban, zodat meer mensen gaan bijdragen, en op verdiepen van de relaties met de huidige gevers, om hen te stimuleren meer te geven.

Het plan dat 'Verbreden en Verdiepen' heet is in de periode 2005-2007 ontwikkeld en in de praktijk getoetst door middel van een aantal pilotprojecten in parochies en gemeenten verspreid over heel Nederland.

De oorspronkelijke aanpak van Kerkbalans is gebaseerd op 2 pijlers:

1. Lokale uitvoering - elke parochie is zelf verantwoordelijk voor de aanpak van Kerkbalans.
2. Lokale besteding - de geworven gelden zijn bestemd voor de lokale gemeente.

Deze uitgangspunten blijven bestaan en het kemelement van de concrete en persoonlijke benadering wordt verder uitgediept.

De nieuwe aanpak.

Kerkbalans Nieuwe Stijl bevat handreikingen om:

1. Parochianen die niet (meer) bijdragen aan Kerkbalans ertoe te bewegen dat wel te gaan doen, dit wordt **Verbreden** genoemd.
2. Gevende leden te vragen hun bijdragen te verhogen, dit draagt de naam **Verdiepen**.
3. Alle parochianen persoonlijk te benaderen met een concrete vraag.
4. Zowel bij het **Verbreden** en **Verdiepen** als bij de reguliere Actie Kerkbalans de effectiviteit van de communicatie te vergroten.

Verbreden

Het doel van **Verbreden** is parochianen die niet (meer) bijdragen aan Kerkbalans ertoe te bewegen dat wel te gaan doen.

De basis van deze methode is een concrete en persoonlijke benadering.

- a. **Concreet:** Spreek de doelgroep aan op hun interesses. Vraag hen om bij te dragen aan een concreet doel waar ze zich zelf iets bij voor kunnen stellen en noem een concreet bedrag.
- b. **Persoonlijk:** Schrijf mensen een persoonlijke brief. En omdat op alleen een brief in de regel weinig respons komt, is het van grote toegevoegde waarde om mensen binnen enkele weken voor een tweede maal te benaderen, op een nog meer persoonlijke wijze. Dat kan zijn:
 1. per telefoon
 2. aan huis bezoeken

Uit de pilotprojecten is gebleken dat gemiddeld 20% van de mensen die benaderd wordt, bereid is een bijdrage van gemiddeld € 60,- per jaar te geven. Het succes van geldwervingsacties staat of valt met persoonlijke communicatie.

Bovendien is het ook veel sympathieker dan een standaardbenadering. De kerk heeft bij veel randkerkelijken - en soms ook bij betrokken parochianen - het imago een afstandelijk instituut te zijn.

Geldwervingsacties hoeven dit imago niet te bevestigen.

Verdiepen

Het doel van verdiepen is gevende leden te vragen hun bijdrage te verhogen. Ook deze methode is gebaseerd op een concrete en persoonlijke benadering.

- a. Concreet: Stel een concrete vraag, bijvoorbeeld: 'vorig jaar gaf u € 45,-. Wij vragen u uw bijdrage te verhogen tot € 50,-. Het is de ervaring van professionele geldwerfers dat veel mensen behoefte hebben aan een concrete suggestie. In een aantal pilotprojecten werd dit ook weer bevestigd.
- b. Persoonlijk: Verschillende groepen mensen moeten op verschillende manieren worden aangesproken. De parochie wordt hiervoor in "doelgroepen" verdeeld. Dit wordt segmenteren genoemd.

Samenvattend

Kerkbalans Nieuwe Stijl is gericht op groei.

- De groei kan waargemaakt worden door parochianen 'op maat' te benaderen.
- Het betekent wel maatwerkbrieven, een gerichte benadering, persoonlijke contacten, gebruikmaken van nieuwe media en communicatietechnieken.
- Meer dan in het verleden krijgt geldwerving, niet alleen een pastoraal randje maar ook, een pastorale invulling. Kerkbalans nieuwe stijl vraagt parochies mensen duurzaam bij de gemeenschap te betrekken en een relatie op te bouwen.

Na de projecten is de vraag niet meer: "Zal het werken?" maar "Hoe moeten we het toepassen." Waar kerkbalans Nieuwe Stijl eenmaal is toegepast worden resultaten geboekt.

Een kerk is van blijvende **waarde**

8. Onze vijver

Beginnen, het loont de moeite

Verbreden, verdiepen, vernieuwing van de communicatiestrategie.. Bij elkaar klinkt het als een forse hoeveelheid werk. Het levert iets op.

In Bijlage C van de agenda van de Synode 2008 staat een aantal tabellen: ingeschreven leden, gastleden, meelevende leden + gastleden, gemiddeld kerkbezoek en opbrengst van de levende kerk.

Uit deze tabellen blijkt dat in 2008

- er 5513 ingeschreven leden en 209 gastleden zijn;
- er 2548 meelevende leden en gastleden zijn;
- 46% van de ingeschreven leden en gastleden meelevend is;
- 18% van de ingeschreven leden en gastleden op gewone zondagen de kerk bezoekt
- 41% van de meelevende en gastleden op gewone zondagen de kerk bezoekt;
- uitgaande van de opbrengst van de levende kerk (collecten+extra collecten+ giften+kerkbalans) van € 744.004,- de gemiddelde bijdrage per ingeschreven lid of gastlid € 130,- is;
- uitgaande van de opbrengst van de levende kerk (collecten+extra collecten+ giften+kerkbalans) van € 744.004,- de gemiddelde bijdrage per meelevend lid of gastlid € 292,- is;
- uitgaande van de Opbrengst van de levende kerk van € 270.483, de gemiddelde bijdrage per ingeschreven lid of gastlid € 94, - is;
- uitgaande van de Opbrengst van de levende kerk van € 270.483, de gemiddelde bijdrage per meelevend lid of gastlid € 212,- is.

Teneinde de graad van bevissing van de vijver te bepalen wordt ervan uitgegaan dat de 2548 meelevende en gastleden verantwoordelijk zijn voor de opbrengst van de levende kerk.

De overige ($5722 - 2548 =$) 3174 dragen (in dit model) niet bij.

De gemiddelde bijdrage is € 212,-.

€ 212,- is 3% van een netto inkomen van € 7.067,-.

Wanneer dit de realiteit is leven alle Oud-Katholieken onder het bijstandsniveau.

3% van het modaal inkomen van € 20.000, - is € 600, -

Als deze bijdrage door alle meelevende leden wordt gegeven, stijgen de bijdragen naar een bedrag van $2548 \times € 600 = €1.528.800$.

Dit zou betekenen dat de heffing van € 764.400, - voldoende is voor het

honorarium van 13 ambtsdragers en dat de parochies meer middelen hebben voor parochieopbouw.

Kan dit resultaat bereikt worden?

Geef richtlijnen over de hoogte van de bijdrage, hanteer consequent de richtlijn 3% van het netto salaris en benader iedereen persoonlijk

De 3174 leden die in het vijvermodel niet bijdragen worden benaderd volgens de methode verbreden.

Resultaat van het pilotproject verbreden was dat 20% van de mensen die benaderd werden positief reageerden met een minimale bijdrage van € 5,00 per maand, en niet te vergeten de relatie met de kerk werd hersteld. Stel dat 20%, dat zijn 635 ingeschreven, niet meelevende leden een bedrag van € 60,- per jaar gaan betalen. Dan blijft de teller op € 38.100 stilstaan

Uit bovenstaande mag de conclusie getrokken worden dat het vergroten van de opbrengst bij het toepassen van de werkwijzen Verdiepen en Verbreden zeer wel mogelijk is. Het levert iets op, en niet alleen financiële bijdragen.

In een aantal gevallen werd het contact met de parochie hersteld.

9. Doelgroepen

Van Confectie naar Maatwerk.

Bij de nieuwe vorm van geldwerving worden de diverse groepen parochianen `op maat' benaderd.

Dat betekent dat een parochiaan die nooit meer in de kerk komt op een andere wijze benaderd wordt dan de parochiaan die regelmatig ter kerke gaat en geen kerkelijke bijdrage betaald. De parochiaan die met Kerstmis en Pasen trouw aanwezig is en een royale bijdrage geeft zal weer anders benaderd moeten worden.

In elke parochie kan een systematische vorm ontwikkeld worden waardoor de parochie haarscherp in beeld krijgt wie in aanmerking komt voor geven van een bijdrage en op welke manier hij / zij benaderd moet / kan worden. Maatwerk vraagt om een gedegen verslaglegging in het verleden, een goede administratie en een uitgekende statistiek.

Voorwaarde voor effectieve geldwerving is het zorgvuldig vastleggen van gegevens, het analyseren van gegevens biedt de mogelijkheid te anticiperen op het geefgedrag van mensen.

Bij de nieuwe methode van geldwerven is segmenteren een van de sleutelwoorden.

Segmenteren is het indelen (onderbrengen in groepen) van parochianen die bepaalde kenmerken gemeen hebben. Dit maakt een differentiatie in benadering en productaanbod mogelijk.

Afhankelijk van de resultaten die bereikt moeten worden, worden de doelgroepen vastgesteld. Alle inwoners van de 'kaartenbak' worden, op basis van vooraf gestelde criteria/eigenschappen, afhankelijk van de doelstelling, geplaatst in een doelgroep.

Het doel van een actie in parochie X is:

Stimuleren dat alle meelevende leden minimaal volgens de norm van 3% van het netto inkomen hun bijdrage vaststellen.

Bij deze actie komen parochianen met de volgende kenmerken in beeld:

- Ze zijn meelevend
- Ze betalen geen bijdrage.
- Ze betalen een bijdrage onder de norm van 3 %

Parochianen met deze kenmerken komen in de doelgroep meelevend - niet betalend. Zij zullen, bij voorkeur persoonlijk, benaderd worden met het verzoek een bijdrage te geven die voldoet aan de 3%- norm.



Kerkbesturen moeten een analyse maken van de verschillende groeperingen in hun gemeente, met bijbehorend geefgedrag en over inspanningen die parochies zich dienen te getroosten.

Het segmenteren op grond van leeftijd, geslacht, woonplaats, kerkbezoek is eenvoudig.

Het segmenteren op grond van bijdragen is minder eenvoudig.

Het is het voorrecht en de vrijheid van het kerkbestuur de actiemogelijkheden te onderzoeken en de grenzen van de segmenten vast te stellen.

Onderzoek naar het effect van de Actie Kerkbalans bij een drietal leeftijdsgroepen, verricht in opdracht van de Interkerkelijke Commissie Geldwerving, laat de volgende kenmerken per leeftijdsgroep zien.

Leeftijd Kenmerken

15 - 30 jaar Deze leeftijdsgroep heeft een geringe kerkbetrokkenheid.

- De kerk speelt nauwelijks of geen rol.
- Levensbeschouwelijke vragen hebben van tijd tot tijd belangstelling.
- Staan nieuwsgierig open voor de geloofsbeleving van anderen.
- Hebben de kerk niet nodig voor de vorming en voeding van hun levensbeschouwelijke opvattingen.
- De kerk is voor en in hun leven niet relevant.

De actie Kerkbalans is niet kansrijk

30 - 50 jaar Gematigd kerkbetrokken

- Het kerkgebeuren is nauw verbonden met jeugdervaringen, vormt een min of meer gewaardeerde rol bij belangrijke evenementen.
- Een reguliere kerkdienst wordt onregelmatig bezocht
- Het geloof wordt wel belangrijk gevonden
- De kerk heeft in hun ogen een belangrijke maatschappelijke functie
- Materieel een beperkt effect.

50 + De kerkbetrokken gelovige is eenvoudig en effectief te bereiken.

- De noodzaak van de financiële bijdrage wordt gezien deze groep hoeft niet meer overtuigd te worden dat de financiële steun onmisbaar is.

De actie Kerkbalans kan voor deze doelgroep een toereikend instrument zijn.

10. Doelgroepen – Verdiepen

Verdiepen

Het doel van verdiepen is gevende leden te vragen hun bijdrage te verhogen. De methode is gebaseerd op een concrete en persoonlijke benadering.

a. Concreet: Stel een concrete vraag, bijvoorbeeld: 'vorig jaar gaf u €100,00. Wij vragen u uw bijdrage te verhogen tot €110,00".

of

Vorig jaar gaf u €100, -. Wij vragen u of u, in stapjes, uw bijdrage wilt verhogen naar % van uw netto inkomen.

Het is de ervaring van professionele geldwerfers dat veel mensen behoefte hebben aan een concrete suggestie.

b. Persoonlijk: Verschillende groepen mensen worden op een verschillende manier aangesproken. De parochie wordt hiervoor in °doelgroepen~verdeeld.

Dit wordt segmenteren genoemd..

Meelevende parochianen

Bij verdiepen hebben we te maken met meelevende parochianen die betrokken zijn bij de parochie. Velen zijn gewend om jaarlijks aan

Kerkbalans te geven. Te veel hebben hier nog geen gewoonte van gemaakt.



Over het algemeen dragen de meelevende leden de parochie een warm hart toe en voelen ze zich medeverantwoordelijk voor het voortbestaan van de parochie.

Een deel van de actieve leden hoeft er niet meer van overtuigd te worden dat hun financiële steun onmisbaar is. Er zijn echter nog te veel meelevende leden die niet bijdragen. Zij zijn zich vaak niet bewust van de noodzaak bij te moeten dragen om de kerk te kunnen laten voortbestaan.

Benaderingswijzen

De parochianen kunnen benaderd worden met een brief en door te bellen of een bezoek te brengen. Alle meelevende leden krijgen een brief. Wanneer er na een bepaalde tijd nog niet is gereageerd wordt er contact gezocht. Zij worden er telefonisch of tijdens een bezoek aan herinnerd dat zij nog niet gereageerd hebben op de Kerkbalans brief. Ook kan er voor gekozen worden de brief persoonlijk te overhandigen en niet per post te sturen. Dat verhoogt de attentiewaarde.

Deze benadering vindt ook plaats bij de klassieke actie Kerkbalans. Bij Verdiepen worden de parochianen persoonlijk aangesproken op de hoogte van de bijdrage.

Begroting

Om inzicht te geven in de financiële situatie van de parochie kan er voor gekozen worden een begroting in de brief op te nemen.

Als dit gebeurt, benoem dan een aantal hoofdpunten uit de begroting.

Vertaal de begroting in begrijpelijke en stimulerende taal. De echt geïnteresseerden kunnen de gedetailleerde begroting opvragen.

Het is ook mogelijk de begroting in verschillende onderdelen te verdelen en dat de parochianen gevraagd wordt bij te dragen aan bepaalde onderdelen of projecten.

Bijvoorbeeld: een half jaar catechese voor jongeren, de adoptie van een orgelpijp, de kosten voor een doopplechtigheid of een uitvaart.

Segmenteren

Om de benadering zo persoonlijk mogelijk te maken, wordt de groep parochianen die in het proces “Verdiepen” benaderd wordt ingedeeld in doelgroepen. De indeling wordt gemaakt op grond van de hoogte van de bijdragen van het vorig jaar.

Voorbeeld van segmentatie op grond van de bijdrage van het vorig jaar.

Bedrag	Aantal
1. € 0	70
2. € 0 tot € 50,-	80
3. € 51,- tot € 100,-	20
4. € 101,- tot € 200,-	10
5. € 201,- tot € 300,-	15
6. € 301,- tot € 400,-	5
7. meer dan € 400,-	30

Er kunnen natuurlijk ook andere grenzen gekozen worden, waarbij aangetekend moet worden dat hoe smaller de grenzen hoe groter de nauwkeurigheid.

Welke richtbedragen gaan er per segment gevraagd worden?

Per segment wordt een hogere bijdrage gevraagd dan vorig jaar werd ontvangen.

De verhoging wordt door het kerkbestuur bepaald. Een stijging tot de 3% norm is doorgaans acceptabel. Bij de lagere groepen (tot € 50, -) kan ook voor een iets hogere stijging gekozen worden.

Het segment € 0, - vereist een aparte benadering. Op transparante wijze zal hen gewezen moeten worden op de noodzaak van het geven van een bijdrage. De hoogte van de bijdrage zal per individu bepaald moeten worden op basis van de ter beschikking staande gegevens. Wanneer er helemaal niets bekend is, kan een symbolisch bedrag vastgesteld worden.

En natuurlijk wordt de norm van 3% van het netto inkomen ook genoemd.

Uitvoering

Voor elk segment wordt een persoonlijke brief opgesteld.

Dat wil zeggen met een persoonlijke aanhef, ondertekening en een goed gekozen tekst.

In die brieven worden richtbedragen genoemd die hoger liggen dan de bedragen die men eerder gaf.

Toetreders, Herintreders en Gastleden.

Toetreders, herintreders en gastleden kunnen in aparte segmenten worden ondergebracht.

Toetreders zijn mensen die niet godsdienstig en kerkelijk waren geassocieerd en later bewust hebben gekozen voor het geloof en de kerk (soms vloeide het geloof voort uit de kerk, soms andersom)

Herintreders zijn nauw verwant met toetreders. Zij zijn lange tijd niet praktiserend geweest of hebben zich zelfs uit laten uitschrijven.

Het blijkt dat veel toetreders, herintreders en gastleden zich niet realiseren dat er vrij veel geld nodig is om de organisatie kerk in stand te houden. Een informatiepakket en een pakkende persoonlijke brief kan het geelgedrag uit de collectesfeer trekken.

11. Doelgroepen - Verbreden.

Verbreden

Het doel van verbreden is leden die niet meer bijdragen aan Kerkbalans ertoe te gaan bewegen dit wel te gaan doen. De basis van deze methode is een concrete en persoonlijke benadering.

1. Concreet: Spreek de doelgroep aan op hun interesses. Vraag hen om bij te dragen aan een concreet doel waar ze zich zelf iets bij kunnen voorstellen en noem een concreet bedrag.
2. Persoonlijk: Schrijf mensen een persoonlijke brief. En omdat op een brief alleen in de regel weinig respons komt, is het van grote

toegevoegde waarde om mensen binnen enkele weken voor een tweede keer te benaderen, op een nog meer persoonlijke wijze. Dat kan zijn:

- a. per telefoon
- b. door hen aan huis te bezoeken

Met verbreden is de aandacht gericht op de doelgroep 'randkerkelijken'; wat betekent dat?

Mensen die wel lid zijn van een kerk, maar die niet of nauwelijks bezoeken, noemen we randkerkelijk. Hoewel deze mensen soms nog wel aan Kerkbalans geven, is dat bij een aantal van hen niet meer het geval. Uit onderzoek blijkt dat deze groep nog wel een band heeft met de kerk en het belangrijk vindt dat de kerk er is, ook al komen ze er niet zo vaak meer. Waar hechten deze mensen dan toch belang?

- De rituelen op schamierpunten in het leven (rouw, trouw, doop).
- Hulp aan mensen in nood
- Speciale vieringen (als Kerst en Pasen)
- Het kerkgebouw
 - Als locatie voor rust en bezinning
 - Als locatie voor ontmoetingen tussen gelovigen
 - Als erfgoed

Juist omdat deze mensen waarde hechten aan het voortbestaan van de kerk, kan hen gevraagd worden hier aan bij te dragen met hun financiële steun.

Naast randkerkelijken hebben we ook 'nominalen'. Dit zijn mensen die alleen nog in de 'kaartenbak' staan, maar geen band meer hebben met de kerk en ook geen kerkblad (meer) ontvangen.

Er is geen contact meer en er wordt niet meer bijgedragen.

Bij deze groep is de slagingskans voor Verbreden dan ook geringer, de band met de kerk is te dun geworden. Wat kunt u wel met deze groep doen.

Benader ze eens voor een speciale actie, bijvoorbeeld de restauratie van de kerktoren. Of nodig ze uit als u een bijzonder evenement organiseert, .jarig bestaan, reünie van de lichte 19-aannemen, een fietstocht langs een aantal historische, monumentale kerkgebouwen in de regio of een concert. Noem maar op, belangrijk is met deze mensen eerst een voorzichtige band op te bouwen. Veel nominalen zijn bij 'opruimacties' uit de 'kaartenbak' verwijderd.

De vraag

Bij het benaderen van 'randkerkelijken' kan ingespeeld worden op hun beleving bij de plaatselijke kerk. Zo kan er gerefereerd worden aan het kerkgebouw, de pastoor kan genoemd worden. Vaak zijn mensen zich er helemaal niet van bewust dat er geld nodig is. Of ze weten het wel, maar denken dat de overheid de kerk betaalt. Laat de mensen weten dat hun bijdrage goed besteed wordt. Het is niet de bedoeling dat de mensen een schuldgevoel krijgen. ('U bent lid, dus u moet betalen') maar laat weten dat de parochie hun financiële steun erg zou waarderen. Maak zo concreet mogelijk waar het geld van Kerkbalans naar toe gaat.

Het benaderen

De Actie Kerkbalans wordt door het merendeel van de gemeenten en parochies in de maand januari uitgevoerd. Het benaderen van de groep randkerkelijken kan ook in een andere periode.

Er kan ook overwogen worden het benaderen van dit segment over het gehele jaar te spreiden.

Voordeel hiervan is dat de belasting van de vrijwilligers meer wordt gespreid en dat afstand genomen wordt van de feestmaand december. De maand mei, vakantie-uitkering, kan uitgeroepen worden tot verbredingsmaand.

Het bedrag

Om een zo hoog mogelijke bijdragen te kunnen vragen en een duurzame relatie te stimuleren wordt aangestuurd op incassomachtigingen, (maandmachtigingen) 'tot wederopzegging'.

Het geven van 12 x € 5,- lijkt voor de gevers minder te zijn dan 1 x € 60,-

Bovendien zijn mensen bij een machtiging voor langere tijd aan de parochie verbonden. De gemiddelde termijn tot opzeggen is ongeveer 7 jaar.

Pastoraat

Randkerkelijken kunnen heel wisselend reageren op het contact. Uit de pilots is gebleken dat veel van hen best open staan voor een gesprek. Anderen zullen echter aangeven geen interesse te hebben of misschien zelfs vragen of ze uitgeschreven kunnen worden.

Zorg voor een gestroomlijnde afhandeling, zowel op sociaal/pastoraal vlak als op het gebied van administratie.

De jonge leden van de Parochie

Deze parochianen vormen aparte doelgroepen.

Op grond van hun geefgedrag kunnen zij ingedeeld worden in de categorie verbreden.

Aandacht voor de jeugd bij het proces van geldwerving is een investering in de toekomst. Hoewel de bijdrage van de jeugdigen niet zo hoog zullen zijn, wordt er een begin gemaakt. Meer dan om de opbrengst gaat het om de betrokkenheid.

Kerken die ervaring hebben met het betrekken van jeugd en jongeren hanteren verschillende werkwijzen.

- persoonlijk bezoek aan de jeugdige, de jongere
- aanschrijven met een persoonlijke brief
- contacten via de catechisatie of via de ouders
- bezoek aan iedereen die 18 jaar oud is
- het aanbieden van een tientjes lidmaatschap aan jongeren.
- aanspreken op geefgedrag
 - waarom geef je
 - hoe komt het geld terecht
 - wat is je kerk je waard?
 - een telefoonkaart van € 20, -
 - 3 bier en een smimoff Ice

Het verdient aanbeveling een methode te ontwikkelen in samenwerking met de jeugdpastor.

12. Doelgroepen - De Omgeving.

Meer dan van hout en steen

Dit huis van hout en steen,
dat lang de stormen heeft doorstaan,
waar nog de wolk gebeden hangt
van wie zijn voorgegaan.

Dit huis dat alle sporen draagt
van wie maar mensen zijn,
de pijler die alles schraagt,
wilt Gij die voor ons zijn?

Dit huis slijt met ons aan de tijd,
maar blijven zal de kracht,
die, wie hier schuilen, verder leidt
Tot alles is volbracht

Uit: Zingend Geloven V Willem Vogel - Sytse de Vries

Bovenstaande tekst verwijst naar het kerkgebouw, dat meer is dan hout en steen.

Mensen zijn gehecht aan deze plaatsen: Levensgeschiedenissen zijn er gemarkeerd: Er wordt gedoopt, getrouwd en er wordt afscheid genomen van dierbaren. Zo zijn de kerken in meerdere opzichten 'heilige plaatsen'.

Kerken zijn ook vaak een belangrijk religieus-cultureel erfgoed: Architectuur, ramen, schilderijen en beelden stralen geloof, kunstzinnigheid en betrokkenheid uit.

Het Kerkgebouw

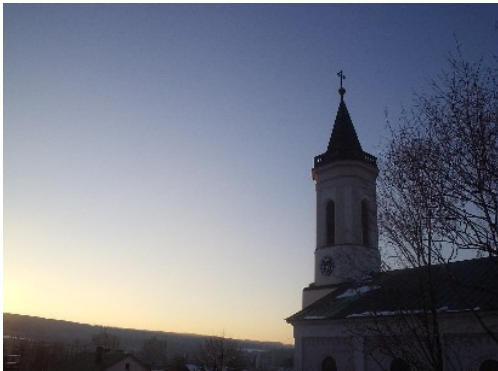
Als de bijdragen van de levende kerk niet drastisch verhoogd worden, zullen er op een bepaald moment geen middelen meer zijn alle gebouwen in stand te houden.

Om middelen te genereren kan de parochie werk maken van de exploitatie van het kerkgebouw. De exploitatie moet de volgende kenmerken hebben:

- op zinvolle wijze gebeuren
- de instandhouding van het gebouw bevorderen
- de belangstelling voor het gebouw bevorderen.

In het kerkgebouw kunnen activiteiten voor de buurt worden georganiseerd worden zoals:

- Palmpasenstokken versieren
- Met Pasen eieren zoeken voor de kinderen
- Voorleesmiddag voor de kinderen
- Vesper diensten
- Maandelijks een spiritueel of filosofisch café
- Elke week een koffieochtend voor de oudere buurtbewoners
- Een keer per maand een spreekuur van de pastoor voor de buurtbewoners



Wat kan de plaatselijke parochie voor de directe omgeving betekenen is een vraag die elk kerkbestuur zich regelmatig moet stellen.

Waarom in de omgeving van de kerk geen publiciteit voor doop, huwelijk of begrafenis. Veel mensen hebben het contact met hun eigen kerk verloren maar vinden het jammer

dat hun kinderen niet gedoopt zijn en dat hun ouders vanuit een kil uitvaartcentrum zonder poespas begraven of gecremeerd worden. Heeft dit iets met geldwerving te maken?

Bevorderen van de instandhouding van het gebouw

Er zijn veel mensen die betrokken zijn, zich betrokken voelen bij het kerkgebouw.

De kerk heeft een symboolfunctie en daar hechten ook niet kerkelijken aan.

Bewoners van de wijk waarin de kerk staat kunnen betrokken worden bij de actie die voor het vernieuwen van het raam wordt gevoerd of voor de restauratie van een beeld, de aanleg van

Zij zijn bereid geld te geven aan sponsortochten, tinnen kerkjes en loten.

Maak altijd duidelijk wel waarvoor de actie gevoerd wordt

Een parochie heeft niet alleen parochianen nodig maar ook donateurs of vrienden.

Een vorm van betrokkenheid bij het kerkgebouw buurtbewoners, stedelingen, kortom voor mensen die het nog niet aandurven de betrokkenheid bij het kerkgebouw verder uit te breiden naar betrokkenheid voor de kerk.

De minimumbijdrage om lid van de vriendenkring te worden bedraagt € 50,00 een hoger bedrag is uiteraard zeer welkom. Het lidmaatschap geldt dan wel voor de hele familie (uiteraard zo deze er is).

De donateur / vriend krijgt standaard een uitnodiging voor.

- de monumentendag
- een orgelconcert
- de hoogfeesten
- twee keer per jaar een nieuwsbrief
- de jaarlijkse parochiedag

Het parochieblad kan voor een abonnementsprijs worden toegezonden.

Bedrijven kunnen de kerk financieel steunen door sponsor te worden voor een bedrag van minimaal € 1.000 per jaar.

Zij krijgen naast het vriendenpakket gedurende een keer per jaar de mogelijkheid gebruik te maken van het kerkgebouw, uiteraard moet de activiteit in overeenstemming zijn met de aard van het gebouw.

Bevorderen van de belangstelling voor het gebouw

De belangstelling voor het gebouw kan groter worden wanneer het beschikbaar gesteld wordt, tegen betaling, voor huwelijkssluitingen, huwelijksjubilea en uitvaarten. Het doen plaatsvinden van buurtevenementen in het gebouw kan de belangstelling doen toenemen. Mogelijkheden zijn bijvoorbeeld:

- een herdenking gevolgd door een concert op 5 mei
- een concert van de harmonie die zijn repetitieruimte in de wijk heeft
- een concert van kinderen op hun muziekinstrumenten.

Er zijn mogelijkheden het kerkgebouw meer te gebruiken dan 1 ochtend in de week.

13. Medewerkers

Voor de geldwervingsactiviteiten zijn veel medewerkers nodig.

Richtlijn is dat voor bezoek aan huis 1 medewerker nodig is voor 20 adressen en voor de telefonische benadering 1 medewerker voor 20-30 adressen.

Alle parochianen moeten persoonlijk benaderd worden.

Parochianen willen en kunnen dat doen. Zij zijn onmisbaar want zonder vrijwilligers geen geldwerving. Medeparochianen om geld vragen, vereist specifieke kwaliteiten.

Om een en ander «in de vingers te krijgen" worden trainingsbijeenkomsten georganiseerd worden in overleg met de coördinator en de adviseurs..

De taak van de vrijwilliger is bij de entree van nieuwe geldwervingsactiviteiten drastisch gewijzigd.

De vrijwilliger is ook veranderd. De nieuwe vrijwilliger legt zich over het algemeen niet voor jaren vast, maar zet zich graag in voor een helder omschreven klus waaraan ze voor hun persoonlijke ontwikkeling iets hebben.

De nieuwe methoden van geldwerving slaan aan bij de jongere vrijwilligers.

Medewerkers willen een duidelijke taakomschrijving, waardering, feedback en structuur en ruimte om mee te denken.

Concept taakomschrijvingen, waardering, feedback momenten en participatie modellen en instructies zullen opgesteld worden door adviseurs, projectleider en coördinator. De nieuwe methoden van geldwerving slaan aan bij de jongere vrijwilligers.

Werving van vrijwilligers is een must voor de continuïteit van de geldwerving.

Zoek enthousiaste mensen die mee willen werken en meedenken.

Het is noodzakelijk dat de vrijwilligers een introductie van de basisprincipes de geldwerving krijgen en dat zij betrokken worden bij de opzet van de geldwerving in de parochie.

De rol van de vrijwilliger geldwerven is gewijzigd, Hij blijft vrijwilliger maar wordt meer in het proces betrokken. Hij is medewerker, meedenker geworden.

Parochianen kunnen heel wisselend reageren op het contact.

Uit de Pilots is gebleken dat veel van hen best open staan voor een gesprek. Anderen zullen echter aangeven geen interesse te hebben of misschien zelfs vragen of ze uitgeschreven kunnen worden.

Medewerkers moeten voorbereid worden op de gesprekken en er moeten afspraken gemaakt worden hoe hier mee omgegaan moet worden.

Er moet voor een gestroomlijnde afhandeling gezorgd worden, zowel op sociaal/pastoraal vlak als op gebied van administratie.

Medewerkers kunnen ook geconfronteerd worden met persoonlijke problemen van mensen.

Leg vast hoe hier meegegaan moet worden en zorg voor pastorale achtervang.

14. Communicatie

Het succes van Kerkbalans staat of valt met persoonlijke communicatie. Bovendien is het ook nog eens veel sympathieker dan een standaard benadering! De kerk heeft bij veel randkerkelijken- en soms ook bij betrokken kerkleden- het imago een afstandelijk instituut te zijn. De actie Kerkbalans hoeft dit imago niet te bevestigen of te versterken.

Effectief communiceren, begint niet met de vraag: "Welke boodschap willen we overbrengen?" Maar met: "Wat zou de ontvanger de moeite waard vinden?"

Voor een meelevend lid dat reeds bijdraagt aan de kerk is dat iets anders dan voor een niet-betalende randkerkelijke. Een oudere vraagt iets ander dan een jongere.

Dit betekent dat alle kerkleden niet op dezelfde manier benaderd kunnen worden.

Een tijdige vooraankondiging van een actie in de parochie kan bijdragen aan de effectiviteit van de geldwerving. Hang vanaf half december (in ieder geval voor de kerstdagen) de nieuwe Kerkbalans - posters in de kerk. Zo wordt ervoor gezorgd dat zowel incidentele kerkgangers als de vaste groep parochianen het beeld van de actie al eens hebben gezien voordat zij de in januari benaderd worden. Neem in een eventuele kersteditie van het parochieblad naar alle parochianen het motto en/of beeldmerk van de Actie Kerkbalans op..

Geef acties op de eigen website ook een prominente plaats. De site kan voor allerlei aspecten gebruikt worden: van het werven van vrijwilligers, tot de oproep aan gemeenteleden om dit jaar hun bijdrage te verhogen, tot het verantwoorden van financieel beleid.

Publiciteit is communicatie

Publiciteit intern

Het Parochieblad is een belangrijk communicatiemiddel voor de geldwerving.

Ook parochianen, die verder van de kerkelijke zaken staan, kunnen op bepaalde activiteiten, actualiteiten en ontwikkelingen in de financiën gewezen worden als dit een vaste rubriek is. Bij elke uitgave is er bij de nieuwe manier van geldwerven wel iets te melden. Mogelijke onderwerpen zijn:

- het benaderen van de randkerkelijken
- de open huis actie voor de burens
- steun de restauratie van het orgel door een toets of een orgelpijp te adopteren mei, vakantiegeldmaand....denk ook aan de kerk.
- De behandeling van een dreigend tekort met het verzoek om (creatieve) oplossingen aan te dragen.
-



Bij de jaarlijkse geldwervingsactie kan het parochieblad als themanummer uitgegeven worden. De inhoud kan bestaan uit:

- artikel van de pastoor
- artikel van het kerkbestuur
- noden/zorgen/plannen/activiteiten
- presentatie van de cijfers
- sfeertekeningen van plaatsen en activiteiten.

Publiciteit extern

Mogelijkheden voor externe publicatie zijn:

- een persbericht
- een persconferentie
- geef een interview
- benader met nieuws en activiteiten:
 - de lokale radio zender
 - de lokale tv zender
 - de gratis huis aan huis bladen
 - regionale bladen

Houdt er wel rekening mee dat er in de media alleen aandacht aan wordt besteed wanneer er echt iets nieuws te melden is.

Als de activiteit voor de pers aantrekkelijk nieuws is, krijg je publiciteit. Een journalist stemt zijn bereidheid te reageren op jouw persbericht af op de interesse van zijn publieksgroep.

Neem publiciteit op in het draaiboek geldwerving.

15. Adviseurs.

Het Collegiaal Bestuur zal ter ondersteuning van de parochies een aantal adviseurs geldwerving benoemen. Deze adviseurs zullen hun werkzaamheden op parochieniveau uitvoeren. Het gaat immers om maatwerk

De werkzaamheden van de adviseurs zullen in het eerste jaar bestaan uit:

1. Het geven van voorlichting aan de parochies met betrekking tot geldwerving.
2. Het bestuderen van mogelijkheden om de parochies te stimuleren tot verantwoorde vormen van geldwerving, waarbij enerzijds met het eigene van de kerkelijke gemeente wordt rekening gehouden en anderzijds de methodiek van geldwerving bekend en toepasbaar wordt gemaakt.
3. Het adviseren van het kerkbestuur bij het opstellen van een beleidsplan Geldwerving, Jaarplannen en acties.
4. Het voorbereiden en uitgeven van publicaties en handreikingen voor het opzetten en uitvoeren van activiteiten t.b.v. de plaatselijke geldwerving.
5. De opzet verzorgen voor een model vrijwilligerskader. Hierbij zal in ieder geval aandacht besteed worden aan taakomschrijvingen, waardering, feedback en structuur en ruimte om mee te denken.
6. Een steentje bijdragen aan de opbouw en uitbouw van het geldwervings vrijwilligerskader.
7. Het verzamelen van gegevens voor het opstellen van voortgangrapportages en eindverslag. In overleg met het bisschoppelijk bureau meting en monitoring van de resultaten van Geldwerving Nieuwe Stijl.
8. Alle overige activiteiten die dienstbaar kunnen zijn aan de plaatselijke geldwerving. Zoals workshops, conferenties.

Wie doet wat?

De communicatie en voorlichting naar de parochies gebeurt door het bisschoppelijk bureau.

Communicatiebeleid, Servicebeleid, Digitale Nieuwsbrief en website moeten in verband met de continuïteit in handen blijven van het bisschoppelijk bureau.

Een structureel contact tussen adviseurs en bisschoppelijk bureau is voorwaarde voor het slagen van de activiteiten. De projectmedewerker geldwerving extern kan deelnemen aan het overleg van de adviseurs. De coördinator geldwerving heeft structureel overleg met de consulent parochieopbouw.

Voor de parochierapportage worden instrumenten gegeven om de actuele stand van zaken op te maken en recente ontwikkelingen die hieraan voorafgingen te kunnen beschrijven. Een deel van deze gegevens kan ook gebruikt worden voor het beleidsplan geldwerving. Voor geldwerving is het belangrijk te beschikken over de kwantitatieve gegevens.

- Leden, gastleden, meelevenden, geografische spreiding.
- De ontwikkeling van de bijdragen over de afgelopen ...jaar
- Collecten, giften, kerkbalans, bijzondere activiteiten
- Ontwikkelingen van het ledenbestand.
- Gemiddeld kerkbezoek
- Gemiddeld kerkbezoek, gerelateerd aan opbrengst collecten.

De coördinator is verantwoordelijk voor het, in samenwerking met de projectmedewerker extern en in overleg met de adviseurs, samenstellen van een handboek geldwerving.

Evaluatie

Jaarlijks, in de maand november, worden de werkzaamheden van de adviseurs op de volgende onderdelen geëvalueerd:

1. Heeft de parochie voordeel kunnen doen met de adviezen en diensten van de adviseurs.
2. Wat heeft u anders gedaan dan voorgaande jaren en welk resultaat heeft dat opgeleverd.
3. Als u de opbrengst van 20.. vergelijkt met de opbrengst van 20..-1, wat is dan het resultaat: ...% meer of minder. Bent u tevreden met het resultaat.
4. Het gaat om meer betrokkenheid op de kerk. Hebt u op dit punt resultaten geboekt.
5. In hoeverre is de pastoor betrokken bij de geldwerving, bent u tevreden over de betrokkenheid.
6. Zijn de workshops bezocht door vertegenwoordigers van uw parochie bezocht, hebt u gebruik gemaakt van de daar gegeven adviezen.
7. Hebt u op dit moment behoefte aan nadere advisering/begeleiding, zo ja op welk gebied.

8. Bent u tevreden over de werkzaamheden van de adviseurs.
9. Wat zou er naar uw mening nog verbeterd kunnen worden.

16. Fondswerving en sponsering

Nederland geeft

In Nederland wordt per jaar 4 miljard euro gegeven aan goede doelen. 41 % van dat bedrag komt uit de huishoudens. De bestemming wordt gevormd door kerken en ligt verder in de categorie zorg en welzijn en maatschappelijke en politieke doelen.

De overige 49% wordt door bedrijven voornamelijk ter beschikking gesteld aan kunst cultuur, sport en leefbaarheid.

5 % van de resterende 10% is het resultaat van testamenten, legaten en de laatste 5% wisselt van eigenaar middels geldwervingsfondsen. Een bedrag van 0,2 miljard euro verhuist jaarlijks van fondsen naar goede doelen. Ook de kerken willen hier graag een graantje van mee pikken.

Het proces van het verwerven van middelen uit fondsen

Er is geld nodig, veel geld. En de parochie kan de benodigde middelen niet opbrengen.

Het benaderen van een fonds dat middelen toekent aan 'goede doelen' door de projectleider "Fundraising" kan dan de oplossing bieden.

Fondsen werven is samenwerken.

Een samenwerking van de parochie met de projectleider Fundraising en een samenwerking van de projectleider met een fonds waarbij het fonds gezien moet worden als een potentiële partner.

Belangstelling tonen voor die partner is belangrijk en de projectleider zal deze tonen door bijvoorbeeld jaarverslag en ander materiaal op te vragen.

Een fonds heeft geen morele verplichting maar een belang om zijn doelstelling te halen.

De projectleider Fundraising bedelt niet om geld voor het project van de parochie maar doet een voorstel tot samenwerking.

Ga uit van de deskundigheid van een fonds en accepteer de reden voor een eventuele afwijzing.

Enkele tips:

- Zoek in de beginfase van het project waar geld voor nodig is met de projectleider.
- Begin op tijd, hanteer een realistisch tijdschema
- Zorg dat het doel concreet is en zich onderscheidt
- Zorg voor een creatieve actie
- Laat het benaderen van fondsen over aan de projectleider.
- Maak aan de projectleider duidelijk wat de eigen bijdrage is en wat van de fondsen wordt verwacht.
- Straal overtuiging en enthousiasme uit
- Wees attent, open en eerlijk, betrouwbaar en zakelijk
- Vraag en geef informatie aan de projectleider vooraf, tussentijds en achteraf
- Rijdt de projectleider niet in de wielen

Het proces van het verwerven van middelen bij fondsen kent de volgende fasen.

De voorbereiding.

Begin met het instellen van een ad hoc werkgroep voor Fondsenwerving.

Nodig de projectleider fundraising uit voor de eerste vergadering van de werkgroep

De projectleider kent de fondsenmarkt, het fondsenboek / de fondsenalmanak en de fondsen CD. Het fondsenboek levert ook gegevens over posten die in aanmerking komen voor subsidie, welke maximumbedragen gehanteerd worden, de cofinanciering en de vergaderfrequentie van het bestuur.

De projectleider draagt ook kennis van de kerkelijke fondsen, de rijkssubsidie restauratie, de rijkssubsidie onderhoud en de rijkssubsidie instandhouding.

Schakel eventueel Flankerende organisaties kunnen eventueel door hem ingeschakeld worden. Op financieel gebied kunnen het kerkelijke fondsen zijn en op technisch gebied bijvoorbeeld de Monumentenwacht.

Zorg ervoor dat er een begroting is waarin de uitgave is opgenomen. Is de begroting sluitend?

Het zoeken van fondsen

Deze activiteit behoort tot de taken van de projectleider.

Deze gaat uit van het belang van het Fonds. Een Fonds kan alleen geld geven binnen zijn doelstelling.

Wellicht geeft het doel waar middelen voor gevraagd worden een meerwaarde voor maatschappelijke relevantie van het Fonds en is het een nuttige en prettige toevoeging aan hun zakelijk netwerk.

Laat het zoeken en benaderen van een fonds over aan de projectleider.

En heeft het kerkbestuur zelf een fonds gevonden, dan moeten de gegevens overgedragen worden aan de projectleider.

De aanvraag

De aanvraag wordt verzorgd door de projectleider en bestaat uit een aanbiedingsbrief met bijlagen. Als bijlagen worden verstrekt het projectvoorstel, de begroting en het dekkingsplan.

Afronding

Nodig, in overleg met de projectleider, na beëindiging van de activiteit waarvoor middelen zijn verkregen, de geldgever(s) uit voor een feestelijke opening of afsluiting.

Zendt, wanneer het project een tastbaar product heeft opgeleverd, een exemplaar naar de geldgevers. Plan in overleg met de projectcoördinator, een systematisch evaluatie en maak een eindverslag. Bewaar het draaiboek voor een volgend project.

Gedragscode en regels vastgesteld door

- de Vereniging van Fondswervende Instellingen
- het Centraal Bureau Fondsenwerving
- het Nederlands Genootschap voor Fondsenwerpers

Sponsoring

Bij sponsoring is geld geven vaak niet de eerste optie.

Meestal wordt aan een bedrijf gevraagd goederen, faciliteiten, menskracht of kennis te leveren. Sponsoring is een vraag en aanbod spel.

Wat kan de vragende organisatie, in dit geval de parochie, het bedrijf, de winkel bieden.

Een bedrijf heeft ook doelen met betrekking tot de samenleving of personeelsbeleid, kan de parochie helpen een van die doelen te realiseren?

Gun een bedrijf ook commerciële motivatie. Bijvoorbeeld door positieve naamsbekendheid te bieden bij een van zijn doelgroepen.

Bedrijven zijn vooral enthousiast voor kortlopende acties.



Uitgave Oud-Katholieke Commissie Geldwerving

*Bisschoppelijk Bureau
Kon. Wilhelminalaan 3
3818 HN Amersfoort*

www.okkn.nl