

Do's & don'ts

Geldwerving in je gemeente

TEKST HARRY FIKSE EN JOOST SCHELLING BEELD ADOBE STOCK

Do's

Doelgroep

Ken je doelgroep als je hen aanschrijft. Zorg dat je verschillende brieven hebt. Je gemeente bestaat uit verschillende mensen met verschillende financiële posities. Probeer daar segmenten van te maken en benader die op een eigen manier. Jongeren moeten nog leren om te geven voor hun kerk. Begin daar met kleine bedragen per maand.

Duidelijkheid

Geef duidelijk aan waarom de financiële bijdrage nodig is: urgentie (wij hebben uw bijdrage nodig, om...), maar ook transparantie (dit hebben we gedaan, dankzij u...). Interview eens de organisator van een activiteit en laat hem of haar vertellen over de activiteit en de noodzaak van de financiële ondersteuning. Zulke verhalen zeggen de mensen meer dan een gepubliceerde jaarrekening.

Inhoud

Geef ook inhoudelijk lading aan de fondsenwervende actie. Een themapreek of -avond over geld kan helpen om ook intrinsiek gemotiveerd te worden

te geven of bij te dragen. Zonder te manipuleren overigens.

Specifiek doel

Geef collecten, ook de structurele collecten voor de kerk, als het even kan een specifiek doel, dus online diensten, apparatuur, kinderwerk, etcetera. Doe dat zeker ook voor de extra collecten rond het onderhoud(sfonds). Maar kijk ook breder: soms is een kosteloze inzet van een deskundig gemeentelid meer waard dan de bijdrage in de collectezak.

Dichtbij

Houd de acties zo dichtbij mogelijk. Telemarketing kan een goede methode zijn, maar dan door (ook) als college van kerkrentmeesters te gaan bellen. Zorg wel voor een bescrypt, zodat iedereen weet wat hij of zij aan de telefoon kan zeggen.

Relaties

Bij geldwerving draait het om relaties en relatieonderhoud. Zorg dat je als kerk goed vindbaar en benaderbaar bent, online maar zeker ook in en rondom je kerkgebouw. Zorg voor de juiste en actuele informatie.

Don'ts

Communicatie

Denk niet dat geldwerving wel zonder goede communicatie kan, omdat mensen 'toch wel' voor de kerk zullen geven. Kortom: maak geen standaardbrief voor alle doelgroepen, geen lange verhalen van verantwoording, plannen en urgentie, geen vage taal over de bestemming van de gelden, niet denken dat de begroting of jaarrekening publiceren afdoende is.

Schuldgevoel aanpraten

Praat mensen geen schuldgevoel aan als de acties wat minder lopen. De boodschap komt dan vaak bij de verkeerde groep aan (die toch al betrokken is en geeft). Probeer te kijken naar de positieve bijdragen en kijk vooral hoe je de kring kunt verbreden. En vraag ook bij gevers na hoe zij de actie ontvangen hebben. Misschien is het een kwestie van een andere toon aanslaan.

Digitaal geven

Sluit digitale vormen van geven niet uit voor bezoekers. Sinds corona zijn veel kerken overgestapt op digitaal geven, meestal in een (eigen) kerkapp. Maar juist bij bijzondere diensten (doop, belijdenis, kerst, pasen) of acties (noodhulpcollecten) loont het om hen via een QR-code ook mee te laten doen. App-leverancier Donkey Mobile liet recent weten dat de opbrengst soms meer dan 25% hoger ligt ten opzicht van zondagen zonder extra aandacht voor de gasten.

Tips

Geldwerving en (goede) communicatie kunnen niet zonder elkaar. Mocht je dat als (ouderling)-kerkrentmeester lastig vinden, laat je dan adviseren door iemand in de kerk die meer kijk heeft op communicatie. Of maak samen met de ouderling communicatie een communicatieplan, juist rondom financiële acties. Kijk ook wie in de verschillende doelgroepen 'je ambassadeurs' zijn en betrek hen bij de plannen en/of uitvoering.

Behoeftte aan extra ondersteuning rondom geldwerving en/of de communicatie erover? Kijk dan op www.kerkbalans.nl met ook informatie over bijvoorbeeld telemarketing, of stel je vraag aan de Dienstenorganisatie van de Protestantse Kerk of de VKB.