

Siegmond Pisarczyk
***Fundraising-Begriffe und
 Freizeitpädagogik***

»Begriffe sind nichts weiter als Programme selektiver Wahrnehmung; sie gleichen selbstgebastelten optischen Geräten, auf die wir angewiesen sind, um uns überhaupt eine Ahnung von der Wirklichkeit zu verschaffen.« (GERHARD SCHULZE¹)

1. Einleitend kann man das Phänomen »Begriff« wie folgt auslegen:

B =	begreifen	+	beurteilen	= B
E =	entscheiden	+	entwickeln	= E
G =	gewissenhaft	+	glaubwürdig	= G
R =	Resonanz	+	Redundanz	= R
I =	Information	+	Indentität	= I
F =	Fantasie	+	Freiheit	= F
F =	Funktion	+	Freude	= F
E =	Ergebnis	+	Effektivität	= E

Quelle: eigene Zusammenstellung

Abbildung 1: Begriffe – Verständnisfeld

Diese Arbeit wird folgende Fragen untersuchen:

- Was kann man sich sprachlich unter »Begriff« vorstellen?
- Was meinen wir z. B. mit »begreiflicherweise«?
- Wie kann man subjektiv die Fundraising-Begriffe strukturieren?
- Welche Fundraising-Begriffe sind für Freizeitpädagogik von Bedeutung?
- Welche Chancen entstehen dadurch für den Freizeit-Nonprofit-Bereich?
- Wie kann Freizeitpädagogik davon profitieren?
- Welche Aufgaben kann freizeitpädagogisches Fundraising erfüllen?

Freizeitpädagogik wird sich interdisziplinär öffnen müssen. OPASCHOWSKI² sagt dazu: »Insbesondere professionelle Jugendarbeit und pädagogische Freizeitarbeit werden herausgefordert und sehen sich mit »Clienting«, »Lobbying« und Sponsoring« konfrontiert«. BROCKS³ Bestandaufnahme: »Geld für einen guten Zweck zu sammeln wird zunehmend schwieriger. Immer neue Nonprofit-Organisationen

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

arbeiten in einem stragnierenden Spendenmarkt.«, sensibilisiert uns auf die Ernsthaftigkeit des Fundraising im freizeitpädagogischen Bereich. Daraus kann man die Komplexität dieser Problematik sowohl für die professionelle Jugendarbeit als auch für den freizeitpädagogischen Fundraising-Bereich entnehmen. »Freizeitpädagogik« kann man wie folgt definieren: Sie ist »...die Theorie von Problemen und Prozessen der Erziehung und Bildung, die durch die menschliche Freizeit bedingt werden.«⁴ Die praktische Integration von verschiedenen Formen der freizeitpädagogischen Zusammenarbeit hebt NAHRSTEDT⁵ besonders hervor »Das Bild der Freizeitpädagogen ist bunt wie das der Einrichtungen: Ehrenamtliche, nebenamtliche und hauptamtliche Kräfte arbeiten in den verschiedenen Formen zusammen«. Schließlich kann man Freizeitpädagogik als pädagogische bzw. erzieherische Hilfe in der freien Zeit für deren »sinnvolle« Gestaltung verstehen.⁶ Es ergibt sich die Frage, was man mit dem Begriff »Erziehung«⁷ ausdrücken möchte. BREZINKA⁸ definiert den Erziehungsbegriff als » ... soziale Handlungen (...), durch die Menschen versuchen, das Gefüge der psychischen Dispositionen anderer Menschen in irgendeiner Hinsicht dauerhaft zu verbessern oder seine als wertvoll beurteilten Komponenten zu erhalten«. Die Pädagogik der Kommunikation definiert den Erziehungsbegriff: » ... als Hervorbringung und Vermittlung sozialen Sinns, als humane Handlungsorientierung in tendenziell symmetrischen Vollzügen rationaler Kommunikation, im Schwerpunkt von Individuation und Soziation«.⁹ Man kann sagen, dass Erziehung und Fundraising sich in einem Kreis bewegen. Somit sind die Phänomene Fundraising und Erziehung keine Gegensätze. NEUHOFF¹⁰ als führender Fundraising-Forscher stellt fest: »Der Fundraiser (...) ist damit zwangsläufig auch ein Erzieher«. IMMANUEL KANT¹¹ weist darauf hin: »Der Mensch kann nur Mensch werden durch Erziehung. Er ist nichts, als was die Erziehung aus ihm macht«. Daraus lässt sich die Begründung der erziehungswissenschaftlichen bzw. der freizeitpädagogischen Fragestellung ableiten. Die einzelnen Fundraising-Begriffe spielen hiermit eine neue Orientierungsrolle.

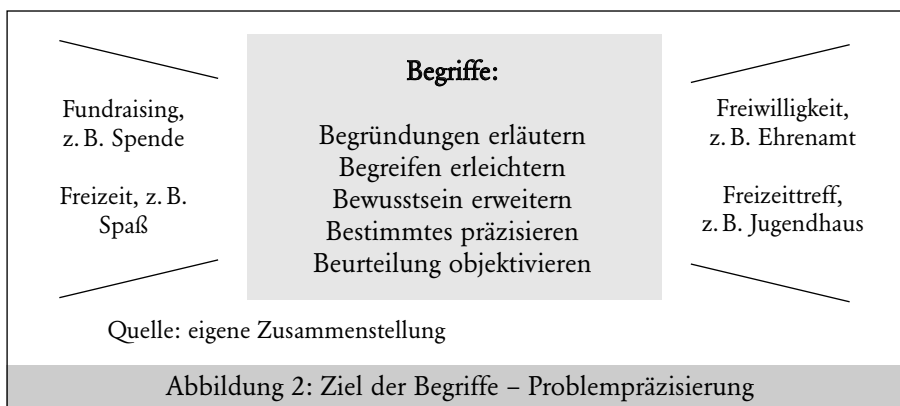
2. Die Signifikanz der Begriffsexplikation kann man wie folgt begründen:

»Die Leute haben Sterne, aber es sind nicht die gleichen. Für die einen, die reisen, sind die Sterne Führer. Für andere sind sie nichts als kleine Lichter. Für wieder andere, die Gelehrten, sind sie Probleme. Für meinen Geschäftsmann waren sie Gold. Aber alle diese Sterne schweigen. Du, du wirst Sterne haben, wie sie niemand hat ...« (ANTOINE DE SAINT-EXUPERY¹²)

Begriffe haben primär eine kommunikative Aufklärungsaufgabe zu erfüllen: »Allgemeine Begriffe, von den einzelnen Wissenschaften auf Grund von Abstraktion oder axiomatisch geprägt, bilden das Material der Darstellung so gut wie die Namen für Einzelnes. Der Kampf gegen Allgemeinbegriffe ist sinnlos.«¹³ Die

Sigmund Pisarczyk

Begriffsklärung ist von Bedeutung, weil besonders im sozialen Bereich viele primäre Begriffe nicht gleich verstanden werden. Z. B. führen die Begriffe »Kultur«, »Erziehung«, »Mailing«¹⁴ und »Freizeit« eher zu Kontroversen als zum Konsens. Es ist daher anzunehmen, daß bei allen primären Fachbegriffen aus dem Bereich »Fundraising« ähnliche Unklarheiten bzw. Differenzen entstehen können. Begriffe haben eine Bestimmungsfunktion zu erfüllen, dass » ... die Phänomene übersichtlich und zugleich möglichst genau beschrieben werden, und es soll möglich sein, unter Verwendung dieser Begriffe zu allgemeinen Gesetzaussagen zu gelangen.«¹⁵ Die Relevanz der Begriffe ist damit objektivierbar. Die Relation der Begriffe »begreifen-bestätigen-beurteilen-betonen-bündeln« kann für unsere Reflexion von großen Nutzen sein.¹⁶ Begriffe helfen uns, bestimmte Sachverhalte bewusst zu machen und nach Gruppen zu klassifizieren. Mit Hilfe eines Diagramms lässt sich die Begriffsfunktion wie folgt darstellen:



3. Die Fundraising-Begriffe lassen sich auf folgende Art und Weise verstehen bzw. auslegen:

»*Fundraising*«: Fundraising als Begriff kommt aus dem angelsächsischen Sprachraum. In diesem Zusammenhang lässt sich

- »to raise« mit (Geld) »aufbringen« übersetzen,
- »fund« mit »Kapital« oder »Geld« übersetzen.¹⁷

Nach SCHÖFFMANN¹⁸ sind:

- ›Fundraising‹,
- ›Fund Raising‹,
- ›Fund-Raising‹

drei mögliche gleichbedeutende Schreibweisen, die in Deutschland wie in Großbritannien und den USA nebeneinander verwendet werden.

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

In unserem Fall wird der Begriff »Fundraising« im Bereich von Nonprofit-Organisationen verwendet. »Fundraising ist der Oberbegriff für alle Maßnahmen, die gemeinnützige Organisationen ergreifen, um den Zufluß von fremden Ressourcen für ihre Arbeit sicherzustellen.«¹⁹ Aus der Sicht dieser Arbeit wird man den Begriff »Fundraising« als Ressourcenbeschaffung verstehen und verwenden. Unter dem Titel »Fundraising Magazin« erscheint alle zwei Monate eine Fachzeitschrift mit den Schwerpunkten Fundraising, Sponsoring und Marketing. Diese Ressourcen betreffen sowohl materielle als auch immaterielle Leistungen in Form von »Zeit-Spenden«.

- »**Freiwilligkeit**«: Wahrigs Deutsches Wörterbuch definiert »Freiwilligkeit« als »freiwilliges Handeln«. ²⁰ Den Begriff »Freiwilligkeit« als freiwillige Arbeit kann man laut OPASCHOWSKIS ²¹ Untersuchungen erweitern: »... die freiwillige Mitarbeit in einer sozialen Organisation (z. B. beim Roten Kreuz) hat für zwei von fünf westdeutschen Bundesbürgern ›in keinem Fall‹ mehr etwas mit Freizeit zu tun.«
- »**Ehrenamt**«: »Ehrenamt, unbesoldetes, meist nur gegen Aufwandsentschädigung ausgeübtes öffentliches Amt, verbunden mit beamtenähnlichen Rechten und Pflichten, z. B. Amt des Schöffen, Handelsrichters, Gemeinderats etc. Dergleichen im gesellschaftlichen Bereich, z. B. Vorsitzender von Verbänden, Vereinen. – Zu ehrenamtlichen Organen vgl. auch Nonprofit-Management III 3.«²² Nach OBERSTE-LEHN²³: »Das Ehrenamt meint ursprünglich eine im Auftrag durchgeführte Tätigkeit«.
- »**Sponsoring**«: z. B. Leistung und Gegenleistung. Dies wird in erster Linie in den Bereichen Sport, Kultur und Soziales praktiziert.²⁴ Sponsoring ist »Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Zurverfügungstellung von Mitteln durch Unternehmen für Personen und Organisationen zwecks Erreichung unternehmerischer Marketing- und Kommunikationsziele verbunden sind; ein Instrument im Kommunikations-Mix eines Unternehmens. Einsatzmöglichkeiten: Im sportlichen (Sport-S.), kulturellen (Kultur-S.) und sozialen Bereich (Sozio-S.)«. ²⁵ Nach KOTLER / BLIMEL²⁶: »Unternehmen können ihr öffentliches Ansehen verbessern, indem sie das Geld und Arbeitszeit für eine gute Sache aufwenden.« Die weitere Sponsoring-Definition lautet: »Sponsoring, finanzielle Unterstützung für Personen, Ereignisse und Medien gegen Nennung des Namens oder Produkts des Sponsors zu Werbezwecken, für Rundfunk und Fernsehen im Rundfunkvertrag vom 31. 8. 1991 mit Änderungsvertrag vom 2. / 28.2.1994 geregelt«. ²⁷
- »**event**«: z. B. »happening, Ereignis«²⁸, »organized function, Veranstaltung, (Sport) Wettkampf«²⁹, »(Programm-)Nummer«³⁰ Unter dem Titel »Event Partner Fachmagazin für Event-Marketing« gibt es eine Zeitschrift. Die Vielseitigkeit dieses Fachmagazins lässt sich im Event-Bereich³¹ u. a. mit folgenden konkreten Beispielen belegen: Event-Report, Event-Business, Event-Basis, Event-Lokation, Event-Porträt, Event-Messe, Event-Service.
- »**Benefiz**«: Mit Benefiz ist eine »Vorstellung zugunsten eines Künstlers oder für

Siegmund Pisarczyk

einen wohlthätigen Zweck«³² gemeint.

- »**Spende**«: z. B. Gabe, Geschenk, Schenkung³³, z. B. Beitrag³⁴, z. B. »Aufwendung zur Förderung mildtätiger, kirchlicher, religiöser, wissenschaftlicher und als gemeinnützig anerkannter Zwecke.«³⁵ Im Freizeit-Lexikon³⁶ gibt es folgende Klärung dieses Spendenbegriffes: » ... freiwillige Geld- oder Sachbeiträge zur Förderung bestimmter Vorhaben. S. für einen gemeinnützigen Zweck (Gemeinnützigkeit) können bei der Einkommensteuer geltend gemacht werden.« Das Herkunftswörterbuch versteht spenden »als Geschenk austeilern, Almosen geben.«³⁷ Im Gabler Wirtschaftslexikon³⁸ gibt es folgende Definition: »Spenden. I. Begriff: Freiwillige Leistungen, die ohne Gegenleistung, aber i. d. R. mit einer gewissen Zweckbestimmung gegeben werden ...« Spenden bedeutet z. B. »reichlich, großzügig geben, schenken«.³⁹
- »**Stiftung**«: Das Hand-Lexikon Wirtschaft gibt dafür folgende Erklärung: »Stiftung, mit eigener Rechtspersönlichkeit ausgestattetes Vermögen, das einem vom Stifter bestimmten Zweck dient.«⁴⁰
- »**Tombola**«: Wahrig gibt in »Deutsches Wörterbuch«⁴¹ folgende Definition dieses Begriffes: »Verlosung von Gegenständen (bei Festen u. Wohltätigkeitsveranstaltungen) (< ital., ›Warenlotterie, Lottospiel; zu tombolare ›hinkullern)«.
- »**Erbschaft**«: Darunter ist »das Erbe, Hinterlassenschaft«⁴² zu verstehen. Der Begriff »Erbe« bezeichnet außerdem denjenigen »auf den mit dem Tod (Erbfall) einer Person (Erblasser) deren Vermögen (Erbschaft, Nachlass, in Österreich auch Verlassenschaft) als Ganzes übergeht (§ 1922 BGB). Man unterscheidet Testamentenerben, Vertragserben, Miterben, Vorerben, Nacherben.«⁴³
- »**Schenkung**«: Es ist ein Begriff aus dem Bereich der Rechtswissenschaften: » ... unentgeltl. Zuwendung aus dem eigenen Vermögen an jmdn.«⁴⁴
- »**Kollekte**«: »Sammlung freiwilliger Geldspenden (in der Kirche) (<it. collecta ›Beisteuer, eigtl. ›Sammlung; zu colligere ›sammeln)«⁴⁵
- »**Basar**«: Die Klärung dieses Begriffes ist aus freizeitpädagogischer Sicht besonders interessant: »Basar eigentlich: Markt, Marktstraße, Kaufhaus; hier: Verkauf von gespendeten Gegenständen zu Wohltätigkeitszwecken. B. finden besonders zur Weihnachtszeit (Geschenke!) statt. Die dort verkauften Gegenstände werden inzwischen überwiegend von den Spendern in ihrer Freizeit selbst hergestellt (Handarbeiten, Kunsthandwerk). Der B.-besuch kann durchaus ebenfalls unter die Freizeittätigkeiten gerechnet werden. Träger von B. sind die Kirchen, Wohlfahrtsverbände, Vereine und Einrichtungen.«⁴⁶

Auch das Mäzenatentum gehört zu den materiellen Ressourcen:

- »**Mäzen**«: Damit ist ein »Kunstfreund, Gönner, Förderer von Künstlern.«⁴⁷ gemeint. Der Begriff »Mäzenatentum« bedeutet »freigebig, gönnerhafte Kunstpflege, -freundschaft«.⁴⁸

Fazit

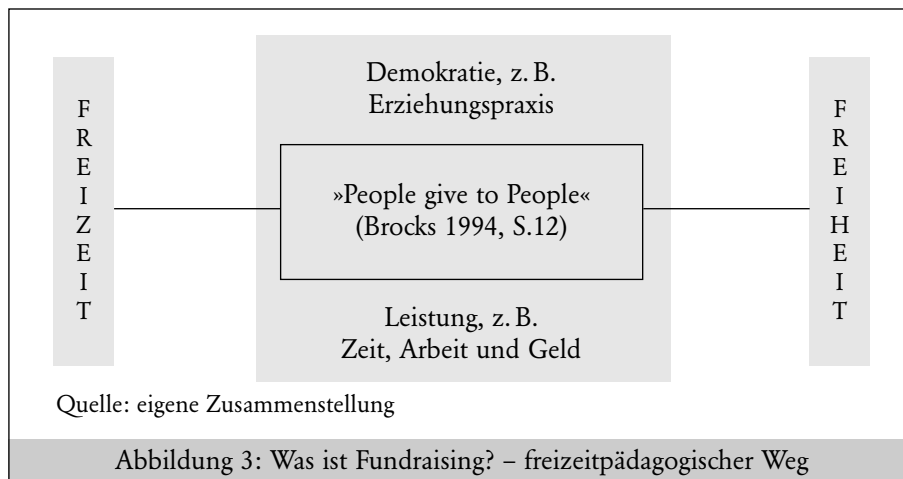
Events haben eine wichtige Freizeitfunktion zu erfüllen. Diese Funktion ergibt sich aus der Möglichkeit der Integration von zahlreichen Zuschauern bzw. Besuchern in den Veranstaltungen. In den »events« kann man die Teilnehmer u. a. allgemein-pädagogisch beeinflussen z. B. in der Form einer organisierten Aktion zum Thema »Keine Chance den Drogen«. Nach OPASCHOWSKI⁴⁹ gab es im Jahr 2000 ein Ranking von relevanten Events. Zu den meistbesuchten events gehörten 2000 folgende: Weltausstellung Expo 2000, Oktoberfest München, Formel-1 (Hockenheim-, Nürburgring), Love Parade Berlin, Fußballeuropameisterschaft, Karneval (Köln, Düsseldorf, Mainz), Tour de France, Boxevents, Schleswig-Holstein Musikfestival.

4. Freizeitpädagogische Fundraising-Praxisbeispiele

»Der Konkurrenzdruck der Freizeit wird immer größer und neben die Arbeitswelt schiebt sich gleichwertig die neue Freizeitwelt. Keine Gegenwelt, eher eine Zwillingswelt, die den Wert der Arbeit um freizeitorientierte Werte bereichert, wenn nicht gar verdoppelt. Medien, Sport, Tourismus – oder Kultur, Bildung, soziales Engagement?« (HORST W. OPASCHOWSKI⁵⁰)

Die »Neue Freizeitwelt« wirft zugleich neue Fragen auf:

- Welche Veränderungen zeichnen sich ab? Welche Lebensstile⁵¹ drängen sich auf?
- Welche Werte fallen auf? Welche Fundraising-Formen sind bereits erfahrbar?
- Welche »Produkt-Adoption«⁵² wäre für Freizeitpädagogik nützlich?
- Wie lässt sich Fundraising grafisch für Freizeitpädagogik skizzieren?
- Was verbindet Freizeit und Fundraising?



Sigmund Pisarczyk

OPASCHOWSKIS Standard-Lektüre »Pädagogik und Didaktik der Freizeit« kann man eine Reihe von freizeitpädagogischen Fundraising-Beispielen entnehmen:

Eigeninitiative in der Freizeit

- Initiative übernimmt Patenschaft für Heimkinder
Über 100 Mitglieder einer Berliner Initiative helfen in ihrer Freizeit Heimkindern, das Leben außerhalb des Heimes kennenzulernen.
- Schüler richten Kummertelefon für Kinder ein
In Ludwigshafen sitzen nachmittags Schüler freiwillig in ihrer Freizeit an einem »Kummertelefon«. Hier können Kinder anrufen und ihre Probleme mit den Schülern besprechen.
- Großväter bauen einen Kinder-Spielplatz
Mit geringen Mitteln und in über 15.000 freiwilligen Arbeitsstunden schaffen Großväter in Rheine ein Spielgelände, das Kinder von weither anzieht.
- Junge Menschen machen Tageszeitung für Blinde
Junge Menschen in Wiesbaden besprechen in ihrer Freizeit Tonbandcassetten, um Blinde über die lokalen Ereignisse zu informieren.
- Freizeit-Theatergruppe spielt für Alternative und Bürgerhäuser
Eine Frankfurter Laienspielgruppe trägt seit 25 Jahren »Kultur in die Vororte« mit regelmäßigen Aufführungen in Altenheimen und ausverkauften Vorstellungen in Bürgerhäusern.
- Laien betreuen Insassen im Frauengefängnis
In Frankfurt nehmen Laien in ihrer Freizeit Kontakt mit Gefängnis-Insassen auf, damit diese den Kontakt zur Außenwelt nicht verlieren.
- Freizeit-Archäologen helfen bei Ausgrabungen
Schüler, Hausfrauen und Rentner helfen der archäologischen Abteilung des Mannheimer Reiss-Museums bei den Ausgrabungen einer römischen Siedlung.
- Freiwillige engagieren sich für den Tierschutz
In der Nähe von Eutin nisten die letzten Seeadler; um ihren Erhalt kümmern sich freiwillige Helfer.
- Bürger übernehmen grüne Patenschaften
Der Hamburger Stadtteil Wandsbek verfügt über 820 Hektar öffentlicher Grünanlagen; Bewohner pflegen sie und pflanzen Bäume auf eigene Kosten.
- Ruheständler gründen »Kompanie des guten Willens«
Ruheständler und arbeitslose Frührentner in Hagen stellen sich gegen Erstattung der Selbstkosten sozialen Einrichtungen für handwerkliche Arbeiten und Hilfsdienste zur Verfügung.

(Quelle: OPASCHOWSKI 1990, S. 29-30)

Daraus ergeben sich folgende freizeitpädagogische Fundraising – Bereiche:

- Sozialer Bereich

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

- Ökologischer Bereich
- »Kultureller« Bereich
- Politischer Bereich⁵³

Charakteristisch sind folgende freizeitpädagogische Fundraising-Aktivitäten:

- a. Initiative übernehmen,
- b. Freiwillig Telefonseelsorge übernehmen,
- c. Freiwillig handwerklichen Arbeiten,
- d. Ehrenamtlich eine Zeitung (für Blinde) führen,
- e. Laien -Theaterspielen für soziale Einrichtungen
- f. Betreuung von Frauengefängnisinsassen,
- g. Freiwillige Hilfe bei Museumsarbeiten,
- h. Engagement für den Tierschutz,
- i. Freiwillige gärtnerische Arbeiten,
- j. Gründung »Kompanie des guten Willens«.

Freizeit ist nach Auffassung des Autors die Zeit, die subjektiv Spaß macht und objektiv anderen nicht schadet aber z. B. dem Umweltschutz dienen kann.

Was kann man daraus für die Freizeitpädagogik lernen? Eine Gegenüberstellung von Fundraising-Formen, Freizeitpädagogik-Beispielen und Freizeitbegriff-Verständnis kann hilfreich sein:

Fundraising - Formen	Freizeitpädagogik - Praxisbeispiele	Freizeitbegriff - Zielsetzung
Spenden	Kultur vor Ort unterstützen	Mitgestalten
Sponsoring	Umweltschutz	Mitbestimmen
event	Jugendhausevents	Unterhaltung
Benefiz	AIDS-Hilfe	Unterstützung
Stiftung	Künstlerförderung	Fördern
Mäzen	Vereine mitfinanzieren	Unterhalten
Freiwilligkeit	Seniorenbetreuung	Geselligkeit
Ehrenamt	Aussiedlerbetreuung	Engagieren
Tombola	Tierverein unterstützen	Fröhlichkeit
Erbschaft	Wissenschaftsförderung	Verantwortung tragen
Basar	Gemeinschaft fördern	Integrieren

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 1: Freizeitpädagogische Fundraising-Begriffe – Beispiele

Siegmund Pisarczyk

Hierfür kann man OPASCHOWSKIS⁵⁴ Königsweg-Gedanken übernehmen: »Wer also vielseitigen Interessen und Engagements nachgeht, die ihn genauso ausfüllen wie sein Beruf, der wird nicht nur Vergnügen in der Freizeit finden und zufrieden im Leben sein, sondern auch Freude an der Arbeit haben und behalten«. Die Verbindung zwischen Freizeitpädagogik und Fundraising lässt sich im Bereich der Jugendarbeit verdeutlichen. Nach BÖHNISCH / MÜNCHMEIER⁵⁵ müssen: »...Ehrenamtliche (...) die Arbeit der Professionellen übersehen, kalkulieren, müssen ihre Normvorstellungen, ihre Stellung in der Jugendarbeit zu diesen in Bezug setzen können«. Die Wichtigkeit freizeitpädagogischer Ehrenamtlichkeit darf nicht unterbewertet werden: »In Deutschland arbeiten rund 12 Millionen Menschen ehrenamtlich bei Kirchen, Feuerwehr, Vereinen oder in öffentlichen Ämtern«. ⁵⁶ Ehrenamtlichkeit als Fundraisingform ist damit ein Teil der demokratischen Gesellschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschlands.

Fundraising, Pädagogik und Freizeitforschung lassen sich nur schwer in unseren Betrachtungen separat sehen. Sowohl die Allgemeinpädagogik als auch die Freizeitpädagogik sind hierbei eine wertvolle Hilfe, um bestimmte Fundraising-Haltungen zu erzeugen, zu beeinflussen bzw. zu fördern. Fundraising kann man auslegen als »Menschen geben Menschen«. Grundlage kann dafür sein die Menschenliebe bzw. die Nächstenliebe. ERICH FROMM⁵⁷ meint dazu: »Die fundamentalste Art von Liebe, die allen anderen Formen zugrunde liegt, ist die Nächstenliebe. Damit meine ich ein Gespür für Verantwortlichkeit, Fürsorge, Achtung und ›Erkenntnis‹, das jedem anderen Wesen gilt, sowie den Wunsch, dessen Leben zu fördern«. Was ist unter dem Begriff »Fördern« zu verstehen? Die Frage muss erlaubt sein, da dieser Begriff in dieser Arbeit von primärer Bedeutung sein wird. Laut Lexiken bedeutet Fördern »jmdm. helfen, jmdn. unterstützen, begünstigen; eine Sache beschleunigen, vorantreiben«. ⁵⁸

Zu solchen Werten aus dem Solidaritäts-Bereich bzw. freizeitpädagogischen Fundraising-Haltungen gehören u. a.: Philanthropie, Solidarität, Idealismus, Wohltätigkeit und Wohltat, Altruismus, Engagement, Gemeinwohl und Gemeinsinn.

»**Philanthropie**«: Das Deutsche Wörterbuch definiert Philanthropie als »Menschenfreundlichkeit«. ⁵⁹ Unter dem Begriff »Philanthrop« ist ein »Menschenfreund, Wohltäter« ⁶⁰ zu verstehen.

»**Solidarität**«: Mit Solidarität meinen wir vor allem »Gemeinsinn« ⁶¹. Solidarität bedeutet zugleich: »Zusammengehörigkeit, Verbundensein (zu solidarisch)« ⁶²

»**Idealismus**«: Idealismus ist eine »durch sittliche, nicht materielle Ziele bestimmte Anschauung u. Verhaltensweise, Glaube an Ideale, nach Idealen ausgerichtete Lebensführung«. ⁶³ Mit Idealismus ist gemeint: »1. philosophische Anschauung, die die Welt u. das Sein als Idee, Geist, Vernunft, Bewußtsein bestimmt u. die Materie als deren Erscheinungsform versteht ...«. ⁶⁴

»**Wohltätigkeit**« und »**Wohltat**«: Es bedeutet das Wohltätigsein, wohltätiges Verhalten; größere Hilfsleistungen ohne Bezahlung«. ⁶⁵ Das Wörterbuch gibt für den Begriff »Wohltat« folgende Erklärung: »freiwillige, unentgeltliche Hilfe, gute Tat;

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

- Erleichterung, Annehmlichkeit; jmdm. en erweisen«. ⁶⁶
- »**Altruismus**«: Laut Lexikon ist Altruismus »durch Rücksicht auf andere gekennzeichnete Denk- und Handlungsweise, Selbstlosigkeit, Uneigennützigkeit; Ggs Egoismus (< frz. altruisme »Nächstenliebe«; zu lat. alter »der andere«).« ⁶⁷
- »**Engagement**«: Nach Duden ⁶⁸ bedeutet Engagement »weltanschauliche Verbundenheit mit etwas; innere Bindung an etwas; Gefühl des inneren Verpflichtetseins zu etwas; persönlicher Einsatz.«
- »**Gemeinwohl**« und »**Gemeinsinn**«: »Aus lat. bonum commune übersetzt, verstand man unter G. ein mehr oder weniger konkretes, allgemeines Wohl der Gesellschaft; dieses zu fördern, galt oft als Aufgabe des Staates«. ⁶⁹ Und unter »Gemeinsinn« ⁷⁰ ist es »Gemeinschaftspflegegefühl, Gemeinschaftsgeist« zu verstehen

5. Zusammenfassung

Die primäre Funktion des Begriffs-Mix ist didaktisch-pädagogisch. KRON sagt dazu: »Im Begriff sind alle wesentlichen Merkmale des Gegenstandes versammelt, den er bezeichnet. Dabei kann es sich auch um Merkmalkombinationen oder Beziehungen von Merkmalen eines Gegenstandes handeln.« ⁷¹ Die praktische Bedeutung der Begriffe liegt darin, dass man mit ihnen bestimmte Wirklichkeitsbereiche genauer definieren kann. Begriffe verhelfen uns besonders in den Geisteswissenschaften bei der »Präzisionsarbeit« und »Entscheidungsfindung« zu einer effizienten Zielkoordination. Die hiermit dargestellte Begriffsanalyse beinhaltet nicht alle Fundraising-Begriffe, weil dieses Ziel bzw. dieser Anspruch schon technisch nicht machbar wäre. Eines der Ziele ist die Darstellung der Vielseitigkeit und der freizeitpädagogischen Zusammenhänge. Der Autor geht konform mit WILHELM FLITNERS ⁷² Theorie: »Die pädagogische Bildung dagegen besteht nicht in einer Mitteilung einzelner Ergebnisse der Erziehungswissenschaft. Sie besteht vielmehr in einer Erkenntnis des Zusammenhangs der Fragen mit dem Leben.« Fundraising ist in Deutschland eine neue Fachwissenschaft, die erst in ihren Anfängen steht. Die freizeitpädagogische Fundraising-Debatte birgt mehrere gesellschaftliche Phänomene in sich, z. B. Wertewandel und neue Lebensstile: »Freizeit und Freizeitkonzepte geraten so, neben anderen Modellen, in den Sog einer Auseinandersetzung, die hinter der Analyse von Arbeitslosigkeit, hinter Wertewandel und dem Problem einer neuen Freizeitorientierung auch die Frage nach Bestand oder Umbruch, nach Emanzipation oder Restriktion, letztlich nach der Stabilität gesellschaftlicher Organisationsform beinhaltet.« ⁷³ Nicht zuletzt ist Fundraising in Deutschland mit seiner Fach-Terminologie ein Beleg dafür, dass besonders im sozialen, im kulturpolitischen und freizeitpädagogischen Bereich die zwischenmenschliche Kommunikation z. T. durch »Neologie« ⁷⁴ geprägt wird. Ein typisches Beispiel dafür ist der Begriff »event«. Mit »event« meinen wir allgemein eine Veranstaltung,

Siegmund Pisarczyk

oft zu einem guten Zweck, z. B. Sportevent, Kulturevent, Musikevent. Diese Organisationsform ist sowohl für das Fundraising als auch für die Freizeitpädagogik vom Interesse, weil man größere Gruppen von Menschen zusammen bringen kann um sie freizeitorientiert zu beeinflussen. Die Zeitschrift für Führungskräfte in Non-profit-Organisationen, »Verein & Management« bestätigt die Relevanz der Begriffe: »Controlling, social marketing, Fundraising und social sponsoring: Eine Flut neuer Begriffe und Instrumente hat innerhalb kürzester Zeit bei NPO Einzug gehalten.«⁷⁵ Freizeitpädagogik und freizeitpädagogisches Fundraising in den Non-profit-Organisationen werden sich ergänzen müssen. Initiativen der Bürger werden z. B. im Umweltbereich oder in der Aussiedlerarbeit mit Hilfe von Fundraising-instrumenten ihre Existenz durch Selbstfinanzierung gestalten und für die Gesellschaft notwendige Integrationsfunktionen erfüllen. Um nochmals die Dringlichkeit der Selbstfinanzierung zu verdeutlichen sei abschließend PETER CLAUS BURENS zitiert⁷⁶: »Wer kennt nicht die Schlagzeilen in den Tageszeitungen ›Der Staat muss sparen‹, ›Öffentliche Mittel werden knapp‹, ›Einsparungen bei Sozialausgaben unvermeidbar‹, ›Magistrat will kommunales Kino, Kindertheater, Brenzano und Jugendhaus schließen?‹«

Anmerkungen:

- 1 1996, S. 732
- 2 OPASCHOWSKI 2000, S. 8, in: *Pisarczyk 2000*, S. 8
- 3 1997, S. 21
- 4 PÖGGELER 1965, S. 1; vgl. *Pisarczyk 2000*, S. 25
- 5 1990, S. 18
- 6 Vgl. GIESECKE 1983, S. 113
- 7 Vgl. PISARCZYK 1998, S. 475 ff.
- 8 1974, S. 95; Zitat nach PISARCZYK 2000, S. 25
- 9 SCHALLER 1993, S. 197
- 10 NEUHOFF 1997, S. 72; vgl. PISARCZYK 2000, S. 11
- 11 1963, S. 11
- 12 1994, S. 84
- 13 HORKHEIMER, ADORNO 1994, S. 231
- 14 BECK 1996, S. 9 ff.
- 15 Vgl. PISARCZYK 1993, S. 84
- 16 Vgl. PISARCZYK 2000, S. 34
- 17 SCHÖFFEMANN 1995, S. 64
- 18 Vgl. 1995, S. 64
- 19 BROCKS 1994, S. 17
- 20 WAHRIG 1997, S. 503
- 21 1994, S. 196

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

- 22 GABLER, *WIRTSCHAFTSLEXIKON 1997, A-E, S.1020*
23 1989, S. 109
24 Vgl. *HAND-LEXIKON WIRTSCHAFT 1994, S. 389*
25 GABLER, *WIRTSCHAFTSLEXIKON 1992, 13. Aufl., Band SP-Z, S. 3060*
26 1995, S. 1023
27 GABLER, *WIRTSCHAFTSLEXIKON 1997, 14. Aufl., Band SP-Z, S. 3523*
28 *THE COLLINS GERMAN 1981, S. 211*
29 *THE COLLINS GERMAN 1981, S. 211*
30 *Wörterbuch Englisch (Ausgabe ohne Datum), S. 59*
31 Vgl. *EVENT PARTNER. Fachmagazin für Event- Marketing , 6/98, S. 4 ff.*
32 DUDEN 1990, Bd. 5, S. 109
33 Vgl. WAHRIG 1997, S. 1154
34 DUDEN 1986, Bd. 8, S. 617
35 *HAND-LEXIKON WIRTSCHAFT 1994, S. 388*
36 1986, S. 290
37 DUDEN 1989, Bd. 7, S. 688
38 1997, Band SP-Z, S. 3505
39 WAHRIG 1997, S. 1154
40 *HAND-LEXIKON WIRTSCHAFT 1994, S. 403*
41 1997, S.1229
42 WAHRIG 1997, S. 432
43 *DER BROCKHAUS IN ZWEI BÄNDEN 1984, Erster Band, S.313*
44 WAHRIG 1997, S. 1075
45 WAHRIG 1997, S. 747
46 *FREIZEIT-LEXIKON 1986, S. 28*
47 WAHRIG 1997, S. 848; vgl. *dtv-Wörterbuch der deutschen Sprache 1985, S. 528*
48 DUDEN 1990, Bd. 5, S. 487
49 vgl. 2000, S. 78
50 1995, S. 13
51 Vgl. LÜDTKE 1989, S. 11 ff.
52 Vgl. MEFFERT 1996, S. 168
53 vgl. OPASCHOWSKI 1990, S.29-30
54 1990. S. 35
55 1989, S. 28
56 BRAUN, HELFER 1999, S. 95
57 1992, S. 58
58 WAHRIG 1997, S. 495
59 WAHRIG 1997, S. 959
60 DUDEN 1986, Bd. 8, S. 510
61 DUDEN 1986, Bd. 8, S. 611
62 WAHRIG 1997, S. 1143
63 WAHRIG 1997, S. 669;

Siegmund Pisarczyk

64 DUDEN 1990, Bd. 5, S. 330

65 WAHRIG 1997, S. 1376

66 WAHRIG 1997, S. 1376

67 WAHRIG 1997, S.180

68 1990, Bd. 5, S. 218

69 GABLER, WIRTSCHAFTSLEXIKON 1997, Band F-K, S. 1498

70 WAHRIG 1997, S. 539

71 KRON 1999, S. 43

72 FLITNER 1983, S. 19

73 HEIMKEN 1989, S. 5

74 Vgl. WAHRIG 1997, S. 903

75 GANZHEITLICHE UND PRAXISORIENTIERTE BERATUNG 1995, S. 31

76 1995, S. 7

Literatur:

BECK, P.J.: Geschäftserfolg durch Mailing. Das gesamte praktische Know-how-Gestaltung und Formulierung – Adressengewinnung und Versandbedingungen – Beispielhafte Kampagnen, München 1996

BRAUN O.L. / HELFER, B.: Personalmarketing von Non-Profit Organisationen. Ein Projektbereich zur Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter, in: Spektrum Freizeit. Forum für Wissenschaft, Politik & Praxis erweitert aus der Zeitschrift »Freizeitpädagogik«, Heft 1/1999, S. 95

BREZINKA, W.: Grundbegriffe der Erziehungswissenschaft. Analyse, Kritik, Vorschläge, München Basel 1974

BROCKS, CH.: Basiskurs Fundraising, Strategien für die erfolgreiche Ressourcenbeschaffung gemeinnütziger Organisationen. Mit 17 Aufgaben. 1. Auflage, Markgröningen 1994

BROCKS, CH.: Fundraising-Kongreß wächst kontinuierlich, in: fundraising Magazin, 3/97, S. 21

BÖHNISCH, L. / MÜNCHMEIER, R.: Wozu Jugendarbeit. Orientierungen für Ausbildung, Fortbildung und Praxis, 2. korr. Aufl., Weinheim und München 1989

BURENS, P.C.: Die Kunst des Bettelns. Tips für erfolgreiches Fundraising, München 1995

DER BROCKHAUS IN ZWEI BÄNDEN, Band 1 und 2, völlig neu bearb. Aufl., Mannheim 1984

DUDEN. Fremdwörterbuch, Band 5., neu bearbeitete und erweiterte Auflage 1; Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 1990

DUDEN. Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache, 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage von Günther Drosdowski, Band 7, Mannheim; Wien; Zürich 1989

Fundraising-Begriffe und Freizeitpädagogik

- DUDEN. Die sinn- und sachverwandten Wörter, Band 8, 2., neu bearbeitet, erweiterte und aktualisierte Auflage, Mannheim. Leipzig. Wien. Zürich 1986
- FLITNER, W.: Pädagogik. Systematische Pädagogik Allgemeine Pädagogik. Paderborn, München, Wien, Zürich 1983
- FREIZEIT-LEXIKON , Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Ostfildern 1986
- FROMM, E.: Die Kunst des Liebens. 44. Auflage, Frankfurt / M; Berlin 1992
- GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON, 13., vollständig überarbeitete Auflage, Band S-Z, Wiesbaden 1992
- GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON, 14., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Bd. A-Z, Wiesbaden 1997
- GANZHEITLICHE UND PRAXISORIENTIERTE BERATUNG, in: Verein & Management. Zeitschrift für Führungskräfte in Non-Profit-Organisationen, 4. Jahrgang, Februar 1995, S. 31
- GIESECKE, H.: Leben nach der Arbeit. Ursprünge und Perspektiven der Freizeitpädagogik, München 1983
- HAND-LEXIKON WIRTSCHAFT, Redaktion Uwe Schreiber, München 1994
- HEIMKEN, N.: Der Mythos der Freizeitgesellschaft. »Im Entschwinden der Freizeitgesellschaft« Soziologische Konzepte in der Kritik, Münster 1989
- HORKHEIMER, M./ADORNO, W. T.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Ungekürzte Ausgabe, Frankfurt am Main 1994
- KANT, I.: Ausgewählte Schriften zur Pädagogik und ihrer Begründung. Besorgt von Hans Hermann Groothoff unter Mitwirkung von Edgar Reimers, Paderborn 1963
- KOTLER, P./BLIEMEL, F.: Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 8., vollständig neu bearbeitet und erweiterte Auflage, Stuttgart 1995
- KRON, F. W.: Wissenschaftstheorie für Pädagogen. München, Basel 1999
- MEFFERT H.: Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik. 7., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 1991
- NAHRSTEDT, W.: Leben in freier Zeit. Grundlagen und Aufgaben der Freizeitpädagogik, Darmstadt 1990
- NEUHOFF, K.: Die historischen Wurzeln des Fundraising in Deutschland oder: Zur Kultur des Gebens und Spendens, des Teilens und Stiftens in Deutschland. Fachzeitschriften der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing e.V. Heft 17, Bietigheim-Bissingen 1997
- OBERSTE-LEHN, H.: Ehrenamtlichkeit und Professionalisierung in der Jugendarbeit-Entwicklung und Perspektiven. In: Freizeit Jugend Profit, Karst, U.V. (Hrsg.) Zweites Symposium der Jugendstiftung in Offenburg, Stiftung zur Förderung der Jugend in Baden-Württemberg, Vaihingen 1989
- OPASCHOWSKI, H. W.: Pädagogik und Didaktik der Freizeit, 2. durchgesehene Auflage, Opladen 1990
- OPASCHOWSKI, H. W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft, 2., völlig neubearbeitete Auflage, Opladen 1994

Siegmond Pisarczyk

OPASCHOWSKI, H. W.: Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, 2. durchgesehene Auflage, Opladen 1995

OPASCHOWSKI, H. W.: Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Eine Edition der B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg 2000

PISARCZYK, S.: Kritische Analyse von Theorie und Konzeption der Jugendfreizeiteinrichtungen in Polen und Deutschland (West) aus erziehungswissenschaftlicher Sicht (Dissertation an der Universität Hamburg), Frankfurt am Main 1993

PISARCZYK, S.: »Ihre Organisation beabsichtigt, unter einer 5-Jahresperspektive einen Förderkreis aufzubauen, der anschließend 20 % des Budget sicherstellt. Erarbeiten Sie eine entsprechend zeitlich abgestimmte Strategie sowie grobe Finanzplanung«. Schriftliche Hausarbeit zum Thema Fundraising im Fortbildungslehrgang »Nonprofit Management« in der Grone-Schule in Zusammenarbeit mit der Universität Witten/Herdecke (unveröffentlichtes Manuskript), Hamburg 1996

PISARCZYK, S.: Freizeit-Begriffsanalyse in Deutschland und Polen, in: Spektrum Freizeit. Forum für Wissenschaft, Politik & Praxis erweitert aus der Zeitschrift »Freizeitpädagogik«, Jahrbuch Freizeitwissenschaft 1998, Heft 1-3/1998, S. 199

PISARCZYK, S.: Erziehungsbegriff in Deutschland und Polen. In: Pädagogische Rundschau, Heft 4/Juli/August 1998, 52. Jahrgang, S. 475-486

PISARCZYK, S.: Fundraising für Freizeitheime. Grundlagen für handelnde Fundraising-Didaktik und Freizeitpädagogik in den Jugendtreffs. Frankfurt/M 2000

PÖGgeler, F.: Freizeitpädagogik. Ein Entwurf. Freiburg im Breisgau 1965

SAINT-EXUPERY, A. DE.: Der kleine Prinz, 48. Auflage, Düsseldorf 1994

SCHALLER, K.: Pädagogik der Kommunikation, in: Deutsche Gegenwartspädagogik, Michelle Borrelli (Hrsg.), Hohengehren 1993

SCHÖFFMANN, D.: Fundraising: Vermögensbildung für eine gute Sache, Fachschriften der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing e.V., Heft 7, Verlag LOGOS 5/95, S. 64

SCHULZE, G.: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, 6. Aufl., Frankfurt am Main, York New 1996

THE COLLINS GERMAN DICTIONARY: German-english. English-german. 1. Auflage, Stuttgart 1981

WAHRIG, G.: Deutsches Wörterbuch, 6., neu bearbeitete Auflage. Auf der Grundlage der neuen amtlichen Rechtsschreibregeln, Gütersloh 1997

WÖRTERBUCH ENGLISCH. Englisch-Deutsch, Deutsch-Englisch. BUCH UND ZEIT, Verlagsgesellschaft mbH, Köln