

Infos für Fundraiser

Bücher und Broschüren

Haibach, Marita: **Hochschul-Fundraising. Ein Handbuch für die Praxis.** Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag, 2008, 327 Seiten, ISBN 978-3-593-38587-7. Euro 32,90/Sfr. 56,-. Wenn nicht alles täuscht, wird die Entwicklung des Hochschul-Fundraising einmal allen anderen Fundraising-Zwecken den Rang ablaufen. In den USA ist es längst so weit. Und es gibt keine Bessere in Deutschland, die diesem Phänomen auf die Spur kommen könnte, als Marita Haibach. Die ausgewiesene Autorin diverser Standardwerke über Fundraising, davon einem speziell über Fundraising in den USA als Ausfluss ihrer Promotionsstudien vor Ort, hat die Entwicklung des Hochschul-Fundraising über Jahre beobachtet und an führender Stelle beratend daran mitgewirkt. Aus diesen Erfahrungen ist ein Buch entstanden, das es so im deutschsprachigen Raum noch nicht gibt, ein unverzichtbarer Ratgeber für alle, die Mittelbeschaffung an Hochschulen betreiben oder auch nur verstehen wollen, mit einer Fülle von praktischen Beispielen und weiterführenden Hinweisen. Dabei hat sich die Autorin trotz ihrer umfassenden Primärerfahrung in zahlreichen Gesprächen mit Praktikern rückversichert, die sie auch namentlich nennt. Als Präsidentin der *European Fundraising Association*, Repräsentantin des *International Fundraising Congress* und Aktivistin der Beratervereinigung *EUConsult* verfügt sie über ein Kontaktnetz wie kaum eine zweite in der Branche.

Das Buch bietet alles, was erfolgreiches Hochschul-Fundraising ausmacht. Ausführlich geht Haibach auf die institutionellen Voraussetzungen fürs Fundraising ein, ohne die auch die US-Vorbilder mit leeren Händen dastünden. Von Fundraising-Abteilungen mit vierhundert hochspezialisierten Profis können deutsche, österreichische und Schweizer Universitäten nicht mal träumen; aber zumindest müssen sie investieren und Geduld haben. Haibach macht deutlich, wie weit der Sprung von Zufallstreffern im Fundraising bis zu regulärem, verlässlichem Mittelfluss oder gar einer erfolgreichen Capital Campaign ist. Sie untersucht die Motive von Mäzenen, Unternehmens- und Stiftungsverantwortlichen und beschreibt detailliert, wie man sich potenziellen Förderern nähert und die Beziehungen pflegt.

Das Buch ist auch für Leute lesenswert, die sich ganz allgemein übers Fundraising informieren wollen, denn die Autorin gibt jede Menge Auskünfte, wie es am Besten funktioniert. Klar ist aber, dass die beste Technik und die schönsten Mailings nichts nützen, wenn Fundraising nicht als ganzheitlicher Prozess verstanden wird – ohne die typisch deutsche Trennschärfe zwischen öffentlichen und privaten Mitteln, Unternehmensspenden und -Sponsoring, Erbschaften und Großspenden. Wichtig sind stets der persönliche Kontakt, das Fingerspitzengefühl des Fundraisers und die Bereitschaft der ganzen Institution zum Fundraising ohne Wenn und Aber. (CM)