

Der **meistgelesene** Newsletter
zu den Themen Sozialmarketing
und Fundraising in Deutschland

Fundraising innovativ

 E-Mail Adresse eintragen

Newsletter

Inhaltsverzeichnis
Editorial
Datenschutznovelle
Großspender Fundraising
Erfolgreiche Spendenformulare
Fundraising regional
Der Spendenkomplex
Hochschul Fundraising

Hochschul Fundraising

Ist es mit dem Hochschul Fundraising wirklich so einfach?

von Bettina Hohn

Marita Haibach

Hochschul-Fundraising

Ein Handbuch für die Praxis.
Frankfurt a. Main: Campus Verlag, 2008,
327 Seiten, Euro 32,90
ISBN 978-3-593-38587-7

Backe Backe Kuchen

Für Fundraising im Hochschulbereich gibt es ein einfaches „Rezept“:

Man nehme eine Hochschule mit exzellenten Forschern, deren Forschungsergebnisse sowohl für die Scientific Community als auch für die Praxis von Nutzen und Interesse sind. Man mixe dies mit exzellenten Hochschullehrern, die hervorragend ausgebildete und höchst zufriedene Absolventen auf den Arbeitsmarkt schicken. Alles ergänzt durch ein effektives und effizientes Hochschulmanagement und eine **Fundraising-Abteilung**, die mit Hochschulleitung, PR-Abteilung, dem Career Center sowie natürlich auch mit den Fachbereichen und Studiengängen intensiv kooperiert, Kontaktdaten sammelt und Fundraising-Kampagnen durchführt.

Eigentlich ganz einfach. Warum entwickelt sich Fundraising an (öffentlichen) Hochschulen in Deutschland so schleppend? Hierüber macht sich Marita Haibach in ihrem Buch Gedanken und schaut dabei auch über deutsche Grenzen hinaus.

Praxis und mögliche Fallstricke im Hochschul Fundraising

Marita Haibach legt in ihrem Handbuch auf knapp 300 Seiten umfassend - und kenntnisreich wie immer - die Grundlagen des Fundraisings dar und zeigt Praktikern wie sie vorgehen können. Dabei kommentiert sie auch mögliche Fallstricke im Hochschulbereich und empfiehlt, dass die Hochschulen Regeln aufstellen müssen, wie sie gleichzeitig selbstbewusst und wertschätzend mit privaten Förderern umgehen wollen. Die Autorin macht deutlich, welche Anforderungen - und Investitionen - auf die Institutionen zukommen, wenn sie mit Fundraising beginnen. Ergänzend werden aktuelle Forschungsergebnisse präsentiert, zahlreiche Beispiele und Stimmen aus der Praxis veranschaulichen die Darstellung.

Besondere Bedeutung der Alumni

Im Kanon der möglichen Unterstützer haben die **Alumni** eine besondere Bedeutung für das **Hochschul-Fundraising**. Eine Hochschule, die sich nicht intensiv um ihre Studierenden kümmert, schafft keine Basis für die spätere Unterstützung durch die Absolventen. Nur aus glücklichen und zufriedenen Studierenden werden glückliche Alumni, die auch bereit sind ihrer Hochschule etwas zurück zu geben - als Privatperson oder als Unternehmensvertreter. Wenn die Absolventen die Hochschule verlassen haben, muss diese (weiter) in die Pflege der Beziehung investieren. Im **Fundraising-Zyklus** steht die Kultivierung, z.B. durch regelmäßige Informationen, Veranstaltungen etc., vor der Spendenbitte.

Fundraising kann nicht delegiert werden

Fundraising kann nicht (allein) an eine Abteilung delegiert werden. Es muss ins strategische Hochschulmanagement eingebunden sein und durch die Leitungsebene sowie bestmöglich auch durch das Lehrpersonal unterstützt werden. Diese wichtigen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Fundraising sind - um es vorsichtig auszudrücken - nicht an allen Hochschulen in Deutschland vorhanden.

Fazit

Man wünscht dem Buch viele Leser und den Hochschulen, dass sie sich weiter öffnen. Fundraising kann als Transmissionsriemen für die Intensivierung des Austauschs zwischen Hochschulen und dem gesellschaftlichen Umfeld fungieren. Ob Marita Haibach Einschätzung richtig ist, dass mehr professionelles Fundraising zu einem Wachstum der Spenden- und Stiftungsmittel insgesamt führt, wird die Zukunft zeigen. Im Bildungsbereich ist die „gesellschaftliche Rendite“ einer Spende erwiesenermaßen besonders hoch.

Oktober 2008

Fundraising innovativ
ISSN 1866-6655

Ausgabe Nr. 07-08
16. Oktober 2008

Seminar Fundraising regional

Am 29. Oktober in Hamburg.

Weitere Informationen

Copyright

Alle Inhalte von **Fundraising innovativ** und anderen Seiten von spendwerk.de sind urheberrechtlich geschützt.

Die Nutzung von Inhalten und deren Nachdruck ist nur mit Genehmigung der Herausgeber/innen gestattet. In jedem Fall muss die Nutzung mit einer Quellenangabe versehen sein und einen Link auf www.spendwerk.de enthalten.