



Erfolgs-Know-how für Ihre professionelle Mittelbeschaffung

[www.fundraisingpraxis.de](http://www.fundraisingpraxis.de)

## ORGANISATION

### Hochschulfundraising: Neues Handbuch liefert konzentriertes Praxiswissen

*Nach Angaben der jüngsten Studie des Centrums für Hochschulentwicklung erzielten die deutschen Universitäten im Jahr 2006 im Durchschnitt 2,5 Millionen Euro aus privaten Zuwendungen. Im Vergleich zu US-amerikanischen Hochschulen liegen die Spendeneinnahmen jedoch weiterhin auf sehr niedrigem Niveau. Wie kommt das?*

Marita Haibach beschäftigt sich in ihrem neuen Handbuch für Hochschulfundraising (Campus-Verlag, 327 Seiten) mit den genauen Hintergründen dieser Situation und der Frage, wie die Kultur des privaten Engagements für Hochschulen wieder belebt werden kann. Der praktisch orientierte Ratgeber ist an öffentliche und private Hochschulen sowie Wissenschaftsorganisationen gerichtet, bietet aber einen umfassenden Überblick über die Kunst der Spendenwerbung für alle, die sich für moderne Ansätze systematischer Einwerbung von Fördergeldern interessieren.

#### **Vorgehensweise: ein Nachschlagewerk mit System**

Wie im Fundraising geht die Autorin in ihrem Buch systematisch vor: Sie erläutert

Schritt für Schritt den Weg zur erfolgreichen Akquise von Fördermitteln für Hochschulmanagement und Dozenten. Beim Postulieren der Grundlagen und Rahmenbedingungen definiert sie den Begriff des Hochschulfundraisings und leitet gekonnt über zu den Fragen nach der Freiheit der Wissenschaft und Umgang mit privaten Förderern, die im Alltag jedes Hochschulfundraisers von essenzieller Bedeutung sind. Im Anschluss an die ethischen Prinzipien werden die rechtlichen Aspekte des Hochschulfundraisings genau unter die Lupe genommen.

#### **Zwei Akzente: Voraussetzungen und Zielgruppen**

Der erste Akzent des umfassenden Nachschlagewerkes liegt auf den Voraussetzungen für das Fundraising an den deutschen Hochschulen. Die Bedeutung der institutionellen Bereitschaft, die Besonderheiten der Organisation des Fundraisings innerhalb der Hochschulen und die Wichtigkeit eines professionellen Datenbankmanagements werden hier ausführlich erläutert. Letzteres bildet eine logische Überleitung zu den Zielgruppendefinitionen im Pri-

vatförder-Segment an den deutschen Hochschulen, wobei die statistischen Daten aus den USA und England zu Hilfe genommen werden. Bei der Beschreibung von Gruppen potenzieller Förderer – Privatpersonen, Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen – unterstreicht Marita Haibach die Bedeutung der Alumni als einer tragenden Säule des Hochschulfundraisings.

#### **Praxisrelevanz: Vorzüge sprechen für sich**

Im vierten Kapitel des Buches wendet sich die Autorin gezielt der Hochschulfundraising-Praxis zu und teilt ihre langjährigen Erfahrungen als Beraterin in diesem Bereich. Von der Bedeutung der systematischen Förderersuche über Methoden der Fördereransprache bis zur Fördererpflege werden auf knapp 100 Seiten ausführliche praktische Anleitungen und Tipps zur Kultivierung und zum Umgang mit den Hochschulförderern gegeben. „Hochschulfundraising bedeutet hierzulande noch immer Pionierarbeit,“ schreibt Marita Haibach in ihrer Schlussbetrachtung. Mit ihrer exzellenten Praxishilfe dürfte es nicht mehr so schwierig sein.