

philanthropie und stiftung

DEUTSCHE
UNIVERSITÄTS
STIFTUNG

2 | 2018



Anke van Kempen Für eine agile Fundraising-Strategie
Christoph Mecking Zuwendungen und Geschenke
Viva-Katharina Volkmann Dem Dank Raum geben
Schreiner/Langer/Baumhöfener Die Fundraising-
kampagne der Stiftung Universität Hildesheim

Michael Göring Die Wissenschaftsförderung
der Zeit-Stiftung
Felix Grigat Die Grenzen der Empathie
Rezensionen War for Talent/Stiftungen führen

AUSSCHREIBUNG

DEUTSCHER HOCHSCHUL- FUNDRAISING- PREIS 2019

Der Deutsche Hochschulverband lobt zum vierten Mal den Deutschen Hochschul fundraisingpreis aus. Mit der Auszeichnung sollen Best-Practice-Beispiele prämiert werden, die den Start in ein erfolgreiches Fundraising durch den Aufbau transparenter Netzwerke, exzellenter Einbindung von Förderern sowie nachhaltiger Spenderpflege bewiesen haben.

Bewerben können sich staatliche und staatlich anerkannte Hochschulen sowie Universitätskliniken in Deutschland mit folgendem Bewerbungsgegenstand:

Kampagnen ab einem Fördervolumen von 250.000 Euro p.a. zur nachhaltigen Finanzierung eines Förderprojektes z.B. Lehrstuhl, Professur, Institut, Berufungsfonds.

Aus den Bewerbungsunterlagen sollen die Projektidee, die Planungsschritte und eine Erfolgsanalyse sowie eine Begründung, warum die Hochschule oder die Kampagne besonders preiswürdig ist, hervorgehen. Selbst herausgegebene Beiträge für Medien zur Öffentlichkeitsarbeit sowie vorhandene Presseresonanz können den Unterlagen als Anlage hinzugefügt werden. In diesem Fall ist ein Verzeichnis der Anlagen erwünscht. Eine Rücksendung der eingereichten Unterlagen erfolgt nicht.

Schirmherr des DHV-HRK-Fundraisingsymposiums und Preisgeldstifter des Deutschen Hochschul fundraising-Preises ist das Unternehmen rheform.

Über die Vergabe der Auszeichnung entscheidet eine Jury, die vom DHV berufen wird. Die Jury kann auch einem Nichtbewerber den Preis zuerkennen. Der Jury gehören folgende Mitglieder an:

- Prof. Dr. Guido Benzler, Geschäftsführender Gesellschafter
rheform – EntwicklungsManagement GmbH
- Brigitte Göbbels-Dreyling, stellv. HRK-Generalsekretärin
- Prof. Dr. Bernd Helmig, Vize-Präsident DHV
- Matthias Daberstiel, Chefredakteur „Der Fundraiser“
- Cornelia C. Kliment, Geschäftsführerin der Deutschen Universitätsstiftung

Die Auszeichnung ist mit einem Preisgeld in Höhe von 5.000,00 Euro verbunden, das zweckgebunden für das Hochschul fundraising oder ein laufendes Fundraisingprojekt zu verwenden ist. Die Verleihung erfolgt im Rahmen des **DHV-HRK-Fundraising-Symposiums am Dienstag, 8. April 2019, in Berlin.**

Bewerbungen und Vorschläge können in deutscher Sprache sowie digital und postalisch bis zum **31. Januar 2019** beim Deutschen Hochschulverband eingereicht werden:

Cornelia Kliment
Deutscher Hochschulverband
Rheinallee 18-20, 53173 Bonn
Tel.: 0228/90266-43, Fax: 0228/90266-80
kliment@hochschulverband.de

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen

Die rheform – EntwicklungsManagement GmbH ist ein auf den Bereich Bildung und Wissenschaft, Lehre und Forschung spezialisiertes Beratungs-, Management- und Planungsunternehmen. Nach dem Motto „miteinander reden, um zu gestalten“ steht die Umsetzung der vom Kunden angestrebten Ziele im Mittelpunkt. Das Potenzial der integralen Leistungsangebote erstreckt sich von der Strategie- und Organisationsentwicklung sowie der Prozessoptimierung über die zielorientierte Bedarfsplanung bis in den Bereich der nachhaltigen Immobilienentwicklung und die Schaffung von innovativen Lern- und Arbeitswelten.



Foto: picture alliance

Nachrichten	4	Dem Dank Raum geben	14
<i>Neue Bildungs-Chancen-Lotterie gestartet</i>		<i>The Healing Power of Philanthropy</i>	
		Viva-Katharina Volkmann	
Mäzenatentum auf Probe. Geht das?	5	Die Wissenschaftsförderung der Zeit-Stiftung	16
Phila Anthrop		<i>Ein Überblick</i>	
		Michael Göring	
Für eine agile Fundraising-Strategie	8	Die Grenzen der Empathie	17
<i>Ein Plädoyer mit drei Gründen</i>		<i>Eine Erinnerung an das Unbedingte in der Ethik</i>	
Anke van Kempen		Felix Grigat	
Aus besonderem Anlass	10	Rezensionen	18
<i>Zuwendungen statt Geschenke</i>		<i>War for Talent</i>	
Christoph Mecking		<i>Stiftungen führen</i>	
Bildung Stiften! Begegnung			
Erleben! Dankbarkeit Erhalten!	12	Impressum	3
<i>Die mit dem Deutschen Hochschul fundraisingpreis 2018 ausgezeichnete Friend- & Fundraisingkampagne der Stiftung Universität Hildesheim</i>			
Martin Schreiner, Markus F. Langer, Jan Baumhöfener			

Impressum

8. Jahrgang
Herausgegeben im Auftrag der Deutschen Universitätsstiftung (DUS). Zweck der DUS ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung, Bildung sowie Mildtätigkeit durch Unterstützung von Wissenschaftlern und des wissenschaftlichen Nachwuchses. Die Deutsche Universitätsstiftung ist im Juni 2009

vom Deutschen Hochschulverband gegründet worden.

Philanthropie und Stiftung erscheint halbjährlich.

Redaktion:
Felix Grigat, M.A. (verantwortl. Redakteur), Michael Hartmer, Dr., Dipl. pol. Cornelia C. Kliment

Titelfoto: mauritius-images

Grafik und Layout: Robert Welker

Weitere Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Fundraiser-Magazin; Kurt Manus; Miriam Schwink („P. Anthropol“), Stiftungsmanagement Baden-Württembergische Bank Stuttgart

Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht in jedem Falle die Meinung der Redaktion oder des Herausgebers dar. Für

unverlangt eingesandte Manuskripte kann keine Haftung übernommen werden.

Verlag und Redaktion:

Rheinallee 18-20, 53173 Bonn
Tel.: (02 28) 902 66-15
Fax: (02 28) 902 66-90

E-Mail: redaktion@forschung-und-lehre.de

Auflage: 33 200 Exemplare

NEUE BILDUNGS-CHANCEN-LOTTERIE GESTARTET

Am 11. Juni 2018 ist die neue Bildungs-Chancen-Lotterie an den Start gegangen. Sie ist die erste deutsche Soziallotterie, die ausschließlich Bildungsprojekte fördert.

Initiatoren sind die drei gemeinnützigen Organisationen Stifterverband, SOS-Kinderdörfer weltweit und Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS). Mit der Lotterie wollen die Organisationen Menschen dabei unterstützen, ihre Potenziale zu entfalten und ihre individuellen Talente zu entwickeln. Lotteriespieler erwarten wöchentlich Sach- und Geldpreise im Wert von bis zu zwei Millionen Euro.

„Jeder Mensch auf dieser Welt sollte die Chance haben, sein Potenzial zu entfalten und persönliches Glück zu erfahren. Das ist unsere erklärte Mission“, sagt Andreas Schlüter, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Bildungs-Chancen-Lotterie. Es sei die erste und einzige deutsche Soziallotterie, deren Förderung ausschließlich Projekten entlang der gesamten Bildungskette von der frühkindlichen und kindlichen bis zur beruflichen und akademischen Bildung sowie der Bildung von Erwachsenen zugutekomme.

Ganzheitlicher Ansatz für mehr Chancengleichheit

„Bildung ist eine Zukunftsfrage. Sie sichert Chancengleichheit und trägt so zu einer stabilen und gerechten Gesellschaft bei. Bildung kann dabei helfen, die gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen, erklärte Schlüter. Während der Staat die Grundlagen sicherstelle, engagierten sich unzählige zivilgesellschaftliche Projekte dafür, insbesondere die Förderung Einzelner voran zu bringen. „Was diesen Projekten und ihren innovativen Ansätzen häufig fehlt, sind finanzielle Mittel, um Menschen langfristig zu fördern.“



Foto: SOS-Kinderdörfer

Hier setze die Bildungs-Chancen-Lotterie an. Neben den deutschland- und weltweiten Projekten der Initiatoren profitieren auch Bildungsangebote ausgewählter externer deutscher Initiativen. Dabei verfolge sie ein ganzheitliches Bildungsverständnis: Bildung sei damit nicht nur schulische oder berufliche Bildung, sondern vielmehr ein facettenreicher Überbegriff für Persönlichkeitsentwicklung, Ausbildung sowie lebenslanges Lernen.

Als Praxisbeispiel nennen die Initiatoren den Primus-Preis, den die vom Stifterverband ins Leben gerufene Stiftung Bildung und Gesellschaft monatlich verleiht. Preisträger im April 2018 war etwa das Projekt „Musiker ohne Grenzen“, das Kindern und Jugendlichen aus schwierigem sozialem Umfeld Musikunterricht gibt. Klavier, Gitarre, Posaune, Singen im Chor oder Spielen in einer Band stehen auf dem Programm. Musik wird zum Medium, um etwas zu lernen, soziale Kompetenzen zu stärken, aktiv das eigene Leben zu reflektieren und zu verbessern.

Ein anderes Beispiel ist das Projekt „Schülerfirmen“, durchgeführt von der

Deutschen Kinder- und Jugendstiftung. Schülerinnen und Schüler arbeiten wie in richtigen Unternehmen und begreifen spielerisch wirtschaftliche Zusammenhänge.

Nicht zuletzt will die Bildungs-Chancen-Lotterie internationale Projekte der SOS-Kinderdörfer weltweit unterstützen, wie das SOS-Ausbildungsprojekt in Owu-Ijebu in Nigeria. Dort erlernen Jugendliche landwirtschaftliche Berufe. Das Projekt eröffnet ihnen in einem Land, in dem Arbeit und Ausbildungsangebote fehlen, erstmals echte Zukunftschancen.

Teilnehmer können sich bei der Bildungs-Chancen-Lotterie über eine innovative Spielmechanik freuen. Gleich zwei Los-Varianten bieten die Chance auf Gewinne: Das Solo-Los und das Team-Los. Beide Angebote sind Dauerlose mit vierwöchigem Spiel- und Abrechnungsrhythmus, erhältlich ab 15 Euro für vier Ziehungen. Die Ziehung der Gewinner erfolgt wöchentlich. Auf Einzelspieler warten wöchentlich wechselnde Geld- und Sachpreise im Wert von bis zu zwei Millionen Euro.

GESETZENTWURF FÜR REFORM DES STIFTUNGSRECHTS KOMMT

Bundesinnen- und Bundesjustizministerium wollen einen Gesetzesentwurf zur Reform des Stiftungsrechts erarbeiten. Grundlage dafür ist der zweite Bericht der Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Stiftungsrecht“. Damit können die mehr als 22.300 Stiftungen in Deutschland noch in diesem Jahr auf wesentliche Verbesserungen für ihre Arbeit hoffen, so der Bundesverband Deutscher Stiftungen. „Die Zeit ist reif für eine umfassende Reform des Stiftungsrechtes. Stiftungen kämpfen mit wachsender Bürokratie, Niedrigzins und Rechtsunklarheiten. Damit Stiftungen weiter ihr volles Potenzial zum Wohle der Gesellschaft entfalten können, sind klare Vorgaben über den gesetzlich vorgegebenen Rahmen erforderlich. Auch wenn in Einzelpunkten noch weiterer Diskussionsbedarf besteht, der Bericht der Bund-Länder-Arbeitsgruppe ist eine gute Grundlage für die Weiterentwicklung des Stiftungsrechts“, sagte Professor Stephan Schauhoff, Vorstandsmitglied im Bundesverband Deutscher Stiftungen.

Der Verband begrüßt vor allem, dass es eine bundesweite Vereinheitlichung des Stiftungsrechts geben soll. Damit werde die uneinheitliche Anwendungspraxis des Stiftungsrechts durch die Aufsichtsbehörden beseitigt. Auch die Verankerung der „Business Judgment Rule“ schaffe Rechtsklarheit für Stiftungen insbesondere in der Vermögensanlage. Der Verband hatte gefordert, dass Stiftungsvorstände nicht zur Haftung herangezogen werden dürfen, wenn sie bei ihrer Geschäftsführung die Sorgfalt einer ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleitung angewandt haben.

Bei der geplanten Einführung eines Namenszusatzes – also zum Beispiel SbR für Stiftung bürgerlichen Rechts – soll nach Ansicht des Bundesverbandes nachgebessert werden. Von einer Umsetzung dieses Vorschlages rät der Bundesverband dringend ab, denn es gibt keinen praktischen Bedarf. Zudem wird damit die Bürokratie für Stiftungen weiter erhöht.

ERSTE LICHTENBERGPROFESSUR VERLIEHEN

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und die VolkswagenStiftung haben sog. „Lichtenberg-Stiftungsprofessuren“ aufgelegt. Damit wollen sie Universitäten unterstützen, exzellente Wissenschaftler zu gewinnen. Universitäten erhalten in der Regel zwei Millionen Euro – sofern sie erhebliche zusätzliche Mittel einwerben können.

Der Neurobiologe Henrik Oster, Jahrgang 1973, von der Universität Lübeck, wird die erste Lichtenberg-Stiftungsprofessur innehaben. Sie ist unbefristet und mit insgesamt vier Millionen Euro ausgestattet.

Die Initiative ermögliche eine größere Planungssicherheit sowohl für die

Hochschulen als auch für die Inhaber der Professur. Die Universitäten könnten zudem in höherem Maße als bisher eigenverantwortlich und verlässlich Innovations- und Strukturpolitik betreiben und würden angeregt, ihre Anstrengungen der externen Mittelakquise zu verstärken. Gleichzeitig werde mit der Initiative ein Signal für mehr zivilgesellschaftliches Engagement im Bereich Wissenschaft gesetzt.

Bewerben können sich hochqualifizierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aller Disziplinen und Nationalitäten, die im internationalen Vergleich (mit)führend auf ihren jeweiligen Themenfeldern sind, gemeinsam mit der Zieluniversität in Deutschland.

MÄZENATENTUM AUF PROBE. GEHT DAS?

Viele Menschen wollen mit ihrem Vermögen Gutes tun, also im Prinzip Stifter werden. Doch zugleich beschäftigt sie die Sorge, dass das Gestiftete noch benötigt werden könnte. Das eine mit dem anderen optimal zu verbinden, bietet das Mäzenatentum auf Probe – mit einem Stifterdarlehen. Die zeitweise Überlassung von Vermögen an eine Stiftung unter Verzicht auf Erträge heißt: mit einem zinsfreien Darlehen schon heute gemeinnützige Themen unterstützen. Der Förderer tritt als Darlehensgeber, die Stiftung als Darlehensnehmerin auf. Wie bei anderen Verträgen verpflichtet sich der Geldgeber, dem Schuldner einen Betrag in der vereinbarten Höhe zur Verfügung zu stellen. Diesen wiederum trifft die Pflicht, den Kreditbetrag in einem vereinbarten Zeitraum zurückzuerstatten. Der Mäzen auf Probe verzichtet – und hierin liegt „die gute Tat“ – auf eine Verzinsung. Mäzenatentum auf Probe hat viele Vorteile: Der Mäzen lernt die Stiftung in ihrer Arbeitsweise kennen und hat die Gewissheit, über sein Vermögen im Bedarfsfall verfügen zu können. Die Stiftung begleitet ihre Mäzene auf Probe individuell, um sie schließlich – idealerweise bei Verzicht auf Rückzahlung des Kredits – als Stifter bzw. Zustifter zu begrüßen. Mäzenatentum auf Probe ist ein wunderbarer erster Schritt in ein gemeinnütziges Engagement.

Übrigens: „Kredit“ kommt aus dem Lateinischen „credere“, d.h. glauben und vertrauen. Beides ist nötig, um Gutes zu tun.

Viel Erfolg!

EINSTEIN STIFTUNG FÖRDERT 20 BEDROHTE WISSENSCHAFTLER

Die Einstein Stiftung unterstützt 20 ausländische Wissenschaftler, die in ihren Heimatländern in ihrer Wissenschaftsfreiheit eingeschränkt sind. Die Geförderten kommen aus dem Iran, aus Syrien und der Türkei. Sie forschen zukünftig an der Charité Berlin (3), der Freien Universität Berlin (5), der Humboldt-Universität zu Berlin (11) sowie der Universität der Künste Berlin (1). Vertreten sind die Natur- und Lebenswissenschaften, die Geistes- und Kulturwissenschaften, die Sozialwissenschaften sowie Kunst und Gestaltung. Die Einstein Stiftung fördert die Universitäten bis Ende 2019 mit entsprechenden Personal- und

Sachmitteln. Die Universitäten haben weitere Anträge angekündigt.

Die Förderung der Wissenschaftsfreiheit ist Teil einer ressortübergreifenden Initiative des Senats von Berlin. Die Einstein Stiftung Berlin erhält hierfür in den Jahren 2018 und 2019 jeweils bis zu 1,5 Millionen Euro. „Es ist ein Akt internationaler Solidarität Kolleginnen und Kollegen zu unterstützen, die in ihrer wissenschaftlichen und gestalterischen Arbeit eingeschränkt sind. Zugleich wollen wir aber auch nicht die Brücken in ihre Heimatländer zerstören, sollte sich die Situation dort wieder bessern“, sagt Günter Stock, Vorstandsvorsitzender

der Einstein Stiftung Berlin. Eine namentliche Nennung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler erfolgt explizit nicht, um mögliche Nachteile zu verhindern. Abhängig von ihrem Karrierestatus können die geförderten Wissenschaftler als Gastprofessuren, Gastwissenschaftler oder im Rahmen von Einstein Junior Scholarships bis zu zwei Jahre in Berlin wissenschaftlich tätig sein. Die konkrete Ausgestaltung der Förderangebote nutzt und kombiniert bewährte Module der Personenförderung der Stiftung. Antragsteller sind die Berliner Universitäten sowie die Charité – Universitätsmedizin Berlin.

BILDUNG GERECHTER MACHEN IN 23 MINUTEN

Informationen über Nutzen und Kosten eines Studiums, die Schüler und Schülerinnen ein Jahr vor dem Abitur in einem 23minütigen Workshop in der Schule vermittelt werden, erhöhen die Studienaufnahme. Das ist das zentrale Ergebnis einer Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Die Informationen bestärken demzufolge vor allem Schülerinnen und Schüler, die bereits vor dem Abitur eine Studienabsicht äußern, diese später tatsächlich umzusetzen. Das gilt insbesondere für Abiturienten und Abiturientinnen, deren Eltern keinen Hochschulabschluss haben. „Gezielte Informationen zum Studium sind ein effektives Mittel, um Bildungsungleichheiten in der Studienaufnahme zu reduzieren“, sind die Autoren der Studie überzeugt. „Entsprechende Infoworkshops sollten daher von Ländern, Kommunen und Schulen verstärkt in Betracht gezogen werden, zumal sie eine vergleichsweise kostengünstige und wenig zeitintensive bildungspolitische Maßnahme sind.“

Ob junge Erwachsene nach dem Abitur ein Studium aufnehmen, hängt in

Deutschland nach wie vor stark von der Bildung der Eltern ab. Abiturienten, die aus einem nichtakademischen Elternhaus kommen, studieren deutlich seltener – selbst dann, wenn sie vor dem Abitur beabsichtigten, nach der Schule ein Hochschulstudium aufzunehmen. Inwiefern gezielte Informationen daran etwas ändern können, haben die DIW-Wissenschaftlerinnen untersucht.

Für Schüler, die ein Jahr vor dem Abitur standen, wurden vom DIW Informationsworkshops veranstaltet, in denen wissenschaftliche Erkenntnisse zu Nutzen und Kosten eines Studiums im Vergleich zu Ausbildungsberufen präsentiert wurden. Dabei ging es beispielsweise um Einkommensunterschiede und das Risiko, später arbeitslos zu sein. Die Konzentration auf Berliner Schulen hat laut DIW den Vorteil, dass die Auswirkungen der bereitgestellten Informationen unabhängig vom Schulsystem und von Faktoren wie der Entfernung zu Universitäten untersucht werden können, die – wie andere Studien bereits gezeigt haben – die Wahrscheinlichkeit einer Studienaufnahme ebenfalls beeinflussen.

Nachdem eine erste Studie bereits ergeben hatte, dass Abiturienten und Abiturientinnen, die den Infoworkshop besuchten, anschließend häufiger ein Studium anstreben, zeigt sich nun auch, dass sie dieses Vorhaben tatsächlich umsetzen. Rund 48 Prozent der Infoworkshop-Teilnehmer schreiben sich direkt nach dem Abitur an einer Hochschule ein – fast zehn Prozent mehr als unter den Schülern, die den Workshop nicht besuchten. Betrachtet man nicht nur die Studienaufnahme direkt nach dem Abitur, sondern innerhalb des ersten Jahres, steigt der Anteil der Studienanfänger unter den Workshopteilnehmern um knapp sechs Prozent auf etwa 64 Prozent. Deutlich größer sei der Effekt des Workshops bei den Abiturienten, die bereits zuvor beabsichtigten, nach dem Abitur zu studieren. In der Gruppe derer, die eine Studienabsicht äußern und aus nichtakademischem Elternhaus kommen, steigt die Studienaufnahmequote innerhalb des ersten Jahres nach dem Abitur um knapp 15 Prozent auf fast 80 Prozent.

EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT FÜR BILDUNG BOOMT

Rund 16 Millionen Menschen engagieren sich ehrenamtlich im Bildungsbereich. Sie sind organisiert in knapp 300.000 gemeinnützigen Organisationen. Damit ist Bildung das zweitwichtigste Feld für Engagement in Deutschland. Nur im Sportbereich gibt es noch mehr Vereine und Engagierte. Das ergab eine Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Von den mehr als 630.000 Organisationen in der Zivilgesellschaft engagieren sich demnach 297.000 gemeinnützige Organisationen im Bildungsbereich. Das ist ein Zuwachs von fünf Prozent allein in den letzten fünf Jahren. Auch die Zahl der im Bildungskontext aktiven Stiftungen ist in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Neben den 280.000 Vereinen machen die annähernd 10.000 Bildungstiftungen allerdings nur einen kleinen Anteil aus.

Der regelrechte Gründungsboom in den letzten zwanzig Jahren hat laut Bericht neue Organisationstypen hervorgebracht: Die „neue Bürgerschaft“ (Beispiel: Fördervereine von Schulen) und die „neuen Professionellen“ (Beispiel: öffentlich geförderte Einrichtungen, die Förder- und Betreuungsangebote in Ganztagschulen übernehmen). Sie unterscheiden sich erheblich in ihren Arbeitsstrukturen und arbeiten unterschiedlich stark mit anderen Bildungsakteuren zusammen.

Die Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys zeigt weiter, dass die meisten Kooperationen im schulischen Rahmen stattfinden. In anderen Kontexten wie lebenslangem Lernen werden Vereine und Stiftungen bisher selten berücksichtigt. 90 Prozent der Vereine, vor allem ältere Organisationen wie die klassischen Vereine, würden bislang kaum in die aktuelle Bildungslandschaft integriert. Gerade diese machen jedoch vielfältige Angebote, die sich nicht nur an Kinder richten, son-

dern auch an Erwachsene. Dabei gehe es unter anderem um gezielte Weiterbildung für Senioren. Vereine zum Beispiel, die ältere Menschen am Computer schulen, um auch ihnen die digitale Welt näher zu bringen.

Laut Untersuchung komme es erst gar nicht zu einer Zusammenarbeit von Vereinen mit öffentlichen Bildungsakteuren. Der Grund sei vor allem Unwissenheit. Zum einen sei das Konzept der Bildungslandschaften 70 Prozent der gemeinnützigen Organisationen nicht bekannt. Zum anderen wüssten Kommunen oft nicht, wie viele bildungsrelevante Akteure es aus der Zivilgesellschaft vor Ort gibt.

Um das Potenzial von allen Engagierten im Bildungsbereich in Zukunft auszuschöpfen, sollten Vereine, Stiftungen und andere gemeinnützige Akteure aus der Zivilgesellschaft zukünftig sichtbarer werden und sich als Bildungsakteure stärker positionieren, heißt es in dem Bericht.

Eine große Herausforderung dabei sei, sich untereinander, mit öffentlichen Bildungseinrichtungen, privaten Organisationen oder gesellschaftlich engagierten Unternehmen zu vernetzen.

Bund, Länder und Kommunen sollten darüber hinaus die in gemeinnützigen Organisationen erworbenen Kompetenzen besser anerkennen, zum Beispiel indem diese stärker im deutschen und europäischen Qualifikationsrahmen aufgenommen werden. Eine verbesserte Infrastruktur und intensivere Vernetzungsmöglichkeiten können das Bildungsengagement stärken und weiterentwickeln.

Über drei Millionen sozialversicherungspflichtige Beschäftigte sind in gemeinnützigen Organisationen tätig, die Mehrheit im Gesundheits- und Sozialwesen.

+++ TERMINE-TICKER +++

Fundraising Tag Berlin-Brandenburg

20. September 2018

www.fundraisingtage.de

Career Day der Deutschen Universitätsstiftung, Allianz AG Stuttgart

21. September 2018

www.deutsche-universitaetsstiftung.de

Fachtagung des Deutschen Fundraising Verbands e.V.

27. und 28. September 2018

www.dfrv.de

Jahrestreffen 2018 des Netzwerks Stiftungen und Bildung

28. September 2018

www.netzwerk-stiftungen-bildung.de

Europaweiter Aktionstag der Stiftungen, Bundesverband deutscher Stiftungen

1. Oktober 2018

www.tag-der-stiftungen.de

25. Österreichischer Fundraising Kongress, Wien

9. und 10. Oktober 2018

www.fundraisingkongress.at

International Fundraising Congress 2018, Noordwijkerhout

16. bis 19. Oktober 2018

www.resource-alliance.org

DHV-Symposium, Wissenschaftszentrum Bonn

7. November 2018

www.hochschulverband.de/fachtagungen.html#_

Schweizer Stiftungstag 2018, Bern

7. November 2018

www.profonds.de

DHV-HRK-Fundraisingsymposium, Berlin

8. April 2019

www.hochschulverband.de/1473.html#_

Für eine agile Fundraising-Strategie

Ein Plädoyer mit drei Gründen

Anke van Kempen

Eines Tages, wir führten gerade eine wichtige Strategie-Diskussion, kam mein Assistent rein und unterbrach – sehr vorsichtig: ‚Die Pforte hat angerufen. Unten steht ein Herr und möchte den Präsidenten sprechen. Er will der Universität eine bedeutende Spende zukommen lassen.‘ In diesem Moment wusste ich, dass wir es geschafft haben!‘ Wer an einer Hochschule lehrt, forschet oder in der Verwaltung tätig ist, kennt solche Geschichten. Es sind die großen Erfolgsgeschichten, an deren Anfang Mühe, Zeit und Frustrationstoleranz stehen und am Ende beeindruckende Spenden und menschlich bereichernde Beziehungen. Wer möchte das nicht? Und dennoch entscheiden sich Universitäten und Hochschulen gegen die Einführung eines systematischen Fundraising. Drei gute Gründe für diese Entscheidung möchte ich herausgreifen und die Frage stellen: Soll man es dann am besten lassen? Meine Antwort vorweg: Nein. Aber warum sollte die Einführung einer Fundraising-Strategie weniger komplex sein, als die Entwicklung einer Software?

1. „Institutional Readiness“: Wie entscheiden wir uns zwischen Zeit und Geld?

Berater erzählen Erfolgsgeschichten, um zu verdeutlichen, was Institutional Readiness heißt: Wir haben ein klares



Professorin Dr. Anke van Kempen lehrt Unternehmenskommunikation an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München.

Fundraising-Ziel. Das Ziel ist für uns und für Förderer interessant. Wir kennen mögliche Spender und wir können mit eingehenden Spenden professionell umgehen, also ohne Aufwand für die Spenderin. Nicht zuletzt gibt es mindestens eine Person in der Hochschulleitung, die ihre Zeit – und nicht wenig Zeit – für das Thema einsetzt.

Jeder einzelne Aspekt ist ebenso einleuchtend wie aufwändig: Ein Thema finden, mit dem sich weite Teile der Hochschule identifizieren können? Verwaltungsabläufe etablieren, die für Partner einfach sind und sämtliche Vorgaben für staatliche Einrichtungen erfüllen? Eine Person finden, die neben Forschung, Lehre, Hochschulleitung noch Zeit und Freude daran hat, Spenderinnen und Spender zu treffen? Nur wenige werden sich darum reißen. Damit fehlt, was man im Innovationsmanagement den Sponsor eines Themas nennt, die überzeugte, frustrationstolerante Person mit Entscheidungskompetenz, die das Thema zu ihrer Sache macht.

2. Spende – Sponsoring – Kooperation: Was wollen wir eigentlich?

Dennoch gibt es in Deutschland wohl keine Hochschule, die kein Fundraising betreibt, jedenfalls wenn man die weit gefasste Definition des Centrums für Hochschulentwicklung zugrunde legt: die unspezifische „Beschaffung von Finanz- und Sachmitteln, die nicht nach klaren Förderkriterien vergeben werden und nicht regelmäßig fließen“ (CHE, 2007). Darunter fallen also sowohl „echte“ Spenden, als auch Kooperationen und Sponsorings.

Gerade industrie- und dienstleistungsnahe Fachbereiche unterhalten ohnehin intensive Beziehungen in „ihre“ Branchen. Gegenseitiges Interesse kann fast immer vorausgesetzt werden und die Bandbreite reicht von Praxiskooperationen bis zu Stiftungslehrstühlen. In den Geisteswissenschaften stehen Spenden im Vordergrund. Der Nachteil:



Foto: TU München/picture-alliance

Hinter einer Spende stehen individuelle, nicht immer transparente Beweggründe.

Nun stellen Sie sich folgende Fragen: Muss ich zusätzlich aktiv werden, wenn schon gut funktionierende Kontakte bestehen? Wenn es keine solchen Beziehungen gibt, liegt das nicht auch am Selbstverständnis des Faches und seiner Vertreter? Was kann ich gewinnen und mit welchem Aufwand? Fällt die erwartete Bilanz nicht positiv aus, wird die Entscheidung dagegen fallen.

3. Abhängigkeit: Wie viel Einfluss wollen wir Dritten einräumen?

Warum wird man Professor oder Professorin? Warum verbringt man Jahre in ungesicherten Positionen, um zu promovieren und zu habilitieren? Warum entscheidet man sich zum Wechsel aus der Industrie, in der Regel unter erheblichen Gehaltseinbußen? Eine wichtige Antwort: Freiheit!

Natürlich macht jeder Wissenschaftler die Erfahrung, dass Forschungsfreiheit auch an der Grenze der Finanzierung endet. Das macht die institutionellen Drittmittelgeber so attraktiv: Die Verfahren sind aufwändig, aber die Regeln klar. Hat man die Hürde des Verfahrens genommen, genießt man während der Förderung weitgehende Freiheit. Anders bei Kooperationen und Sponsorings, bei denen Geben und Nehmen Teil des Vertrags sind. Spenden setzen keine Gegenleistung voraus. In der Realität aber bestehen oft unausgesprochene Erwartungen, auf die die Empfänger häufig schlecht vorbereitet sind.

Die Antwort professioneller Fundraiser lautet: Entwicklung einer Dankeskultur inklusive ethischer Leitlinien.

Doch diese Antwort stellt nicht alle zufrieden und jeder kennt auch negative Beispiele: Die Zuwendung eines Unternehmens oder einer Privatperson muss nicht unethisch sein, um Einfluss zu nehmen auf die inhaltliche Ausrichtung eines Faches. Im Zweifel zu Lasten der eigenen Freiheit.

Sollte man es also einfach lassen?

Nein. Denn wenn Sie über Organisation, Ziele und Abhängigkeiten diskutieren, sind Sie schon auf dem Weg. Selbst wenn die Antwort im Moment negativ ausfällt.

Freiheit: Wissenschaftlerinnen, die offen sind für Fundraising, suchen und finden Kooperationspartner. Doch spätestens, wenn der Umfang der Kooperation oder die Größe einer Spende das übliche Maß übersteigen, ist die Unterstützung der Verwaltung und die Würdigung durch die Hochschulleitung gefragt und gewünscht.

Spenden oder Sponsoring? Eine Entscheidung ist nicht nötig. Notwendig ist fundierte Information über die Unterschiede – schon um fakultätsbezogene Förder- und Alumni-Vereine usw. vor teuren Missgeschicken zu bewahren

Organisations-Entwicklung: Wie in jedem anderen strategischen Prozess stehen auch am Anfang jeder Fundraising-Strategie zwei Dinge: das Sammeln von Informationen und der Anstoß zur Diskussion. Diese Herangehensweise ist eher pragmatisch als glamourös. Sie ist evolutionär, dynamisch und trägt der Komplexität in der Realität Rechnung. Auch in ihr werden Geschichten erzählt, aber sie handeln – zunächst – nicht von der Hochschule als Ganzes, als „Marke“, sondern der Wirkung der Einzelner. Trainer, Coaches und Organisationsentwickler nennen das: agil.

Aus besonderem Anlass

Zuwendungen statt Geschenke

Christoph Mecking

Die verschiedensten Situationen im Leben bieten Anlass zum Feiern. Ob Geburtstag, Hochzeit, Geburt, Taufe, (Dienst-)Jubiläum, Eintritt in den Ruhestand oder Trauerfall – meist sind solche Ereignisse eng mit dem Akt des Schenkens verbunden. Immer mehr Menschen verzichten aber auf Geschenke und wünschen sich stattdessen Spenden an eine ihnen nahestehende gemeinnützige Organisation – ganz nach dem Motto: Spenden statt Schenken.

Wer solche Anlass-, Ereignis-, Jubiläums-, Kranz- bzw. Kondolenzspenden anregt, wird sich zunächst überlegen, wer in den Genuss der Zuwendungen kommen soll. Ansatzpunkte für die richtige Empfehlung können die Interessen des Geburtstagskindes, das Engagement des Jubilars oder die Umstände des Ereignisses sein. Einen emeritierten Professor wird es freuen, wenn der wissenschaftliche Nachwuchs in seinem Fach gefördert wird. Ist jemand wegen einer bestimmten Krankheit gestorben, wird oft ein Aufruf für naheliegend gehalten, eine Stiftung zu bedenken, die sich der Erforschung und Bekämpfung der Krankheitsursachen verschrieben hat. Der langjährige Vorstand oder Aktive in einem gemeinnützigen Verein wird es zu würdigen wissen, wenn die Spenden hierher fließen. Und schließlich mag die gefeierte Person auch schon selbst eine Stiftung ins

Leben gerufen haben, die er durch die Spendenaktion stärken möchte.

Empfänger einbinden!

Einige Organisationen bewerben diese anlassbezogenen Zuwendungen schon über ihre Website oder halten gedrucktes Informationsmaterial sowohl für die Initiatoren als auch die potenziellen Spender bereit. Mitunter stellen sie auf Wunsch auch Spendenboxen oder Überweisungsträger zur Verteilung an die Gäste zur Verfügung oder bieten auf ihren Internetseiten die Möglichkeit, eine eigene Seite für die persönliche Spendenaktion mit nur ein paar Klicks einzurichten.

Eine vorherige Kontaktaufnahme mit der Wunschorganisation ist in jedem Fall anzuraten, denn so kann sie mit Rat und Tat zur Seite stehen und entsprechendes Material bereitstellen – eine wichtige Unterstützung und Erleichterung für alle Beteiligten.

Denkbar ist mitunter auch, gemeinsam mit der Empfängerorganisation ein spezielles Förderprojekt auszuwählen oder gar zu initiieren und dazu dann gezielt Informationen für die angesprochenen Spender bereitzustellen.

Gäste für die (gute) Sache gewinnen!

Gäste mögen es mitunter merkwürdig finden, statt eines persönlichen Geschenks an eine für sie oft unbekanntere Organisation zu spenden. Daher ist es für den Erfolg wichtig, die geladenen Gäste mit ausreichend zeitlichem Vorlauf zu informieren und von der positiven Wirkung der Spende für das Gemeinwohl, aber auch von dem Zusammenhang mit dem Anlass zu überzeugen. Dabei kann erklärt werden, was die Organisation bzw. deren Tätigkeit für das Geburtstagskind, das Brautpaar oder den Jubilar persönlich bedeutet, dass es sich hierbei für ihn um eine Herzensangelegen-



Rechtsanwalt Dr. Christoph Mecking ist geschäftsführender Gesellschafter des Instituts für Stiftungsberatung in Berlin (www.stiftungsberatung.de).



Foto: dpa/picture-alliance

heit handelt. Oder auch, dass ein Verstorbener damit ein passendes Andenken erhält. Gerade der Aufruf zu Kondolenzspenden in Traueranzeigen macht diesen Zusammenhang deutlich.

Nützlich kann hierbei die bereits angesprochene Spendenaktionsseite auf der Website der Empfängerorganisation sein. Über kurze Texte, Bilder oder gar Videos können Anliegen und Wirkung ganz individuell und lebendig dargestellt werden.

Praktisch gestalten!

Bei der praktischen Umsetzung gibt es verschiedene Möglichkeiten:

Die Spenden können einerseits selbst, ggf. über ein extra dafür eingerichtetes Sonderkonto oder anonym über eine Spendenbox eingesammelt werden. Dann wird der Gesamtbetrag an die Spendenorganisation überwiesen. Wenn beim Aufruf deutlich wird, dass der Geehrte das Geld erhalten soll, um es nach seinem Entschluss zu behalten oder weiterzugeben, kann auch nur er eine Zuwendungsbestätigung erhalten, die zum Spendenabzug berechtigt.

Er kann aber auch der Empfängerorganisation eine Liste mit Namen, Anschriften und Einzelbeträgen der Gäste übermitteln, die gespendet haben. Auf dieser Grundlage können dann Dankbriefe und Spendenbescheinigungen an die Spender verschickt werden. Dieses Vorgehen mag einigen Gästen unangenehm sein, da sie über die Höhe der Spende hier letztlich direkt preisgeben, wie viel ihnen der Anlass wert ist. Selbstverständlich haben letztlich auch Geschenke einen (finanziellen) Wert; dieser schwingt aber eher indirekt mit und kann zudem ggf. durch einen symbolischen Wert ergänzt werden.

Ein Hinweis auf die Möglichkeit des Spendenabzugs im Vorfeld mag aber dazu motivieren, wegen der steuerlichen Entlastungswirkung gleich einen höheren Betrag zu geben.

Es ist ebenso möglich, dass die Gäste selbst an die genannte Organisation spenden. Hier sollte mit der Organisation vorab ein Kennwort vereinbart werden, damit eine Zuordnung der Zahlungseingänge zum Ereignis möglich wird. Hier erhalten die Spender und Spenderinnen dann selbst eine Zuwendungsbestätigung über ihren jeweiligen Spendenbetrag. Wenn das so angekündigt ist, wird die Spendenorganisation dem Jubilar später eine Liste mit den Namen (und Adressen) der Zuwendenden sowie dem Gesamtbeitrag zukommen lassen, die dann verwenden werden kann, um den Dank auszusprechen. Die Höhe der Einzelspenden darf allerdings nur dann personenbezogen mitgeteilt werden, wenn die ausdrückliche Zustimmung der Spender vorliegt.

Schließlich sollte bedacht werden, dass die Spender auch selbst Interesse an der Arbeit der vorgeschlagenen Organisation gewinnen können und ihr bestenfalls auch zukünftig verbunden bleiben. Für die Organisation kann die Aktion umgekehrt ein wichtiger Faktor für die Bindung weiterer Unterstützer sein. Wenn die Geber nicht widersprechen, können Sie in einem guten Kontakt bleiben.

Ein individuelles Lebensereignis kann also einen schönen Anlass darstellen, Freunde und Verwandte für eine steuerbegünstigte Organisation, wie z. B. die Deutsche Hochschulstiftung, die eigene Stiftung oder ein spezielles gemeinnütziges Projekt um Spenden zu bitten und so die Umsetzung einer persönlichen Herzensangelegenheit zusätzlich zu fördern.

Bildung Stiften! Begegnung Erleben! Dankbarkeit Erhalten!

Deutscher Hochschulfundraisingpreis 2018: Die Friend- & Fundraising-
kampagne der Stiftung Universität Hildesheim

Martin Schreiner, Markus F. Langer und Jan Baumhöfener

In ihrer Bewerbung um den Deutschen Hochschulfundraisingpreis 2018 stand der Hildesheimer Weg einer systematischen Motivation zum Spenden ebenso im Mittelpunkt wie im Wege, um den Kreis der (Erst-)Spender, aber auch den Kreis der Ehemaligen der Universität, zu einer Stiftergemeinschaft zu formen, aus der heraus immer wieder größere und namhaften Spenden folgen. Für 2017 war besonders hervorzuheben die neuerliche Steigerung der Zahl der Deutschlandstipendien (um mehr als 20 Prozent), weitere Zustiftungen zugunsten der Stiftung Universität Hildesheim unter dem Dach der Stiftergemeinschaft der Sparkasse Hildesheim-Goslar-Peine, der Abschluss der Hörsaalstuhlspendenkampagne und ganz besonders neue Erfolge bei der Einwerbung von Mitteln für Stiftungsprofessuren sowie die Weiterentwicklung des Kreises der Förderinnen und Förderer. Konsequenterweise ist seit Mai des vergangenen Jahres nun auch die Geschäftsstelle der Universitätsgesellschaft im Friend- & Fundraising angesiedelt.

Grundprinzip

Hinter diesen Erfolgen steckt eine gleichermaßen einfache wie offenkundig überzeugende Grundidee: Fundraising wurde an der Universität Hildesheim schon immer als Teil eines erfolgreichen Netzwerk- und Beziehungsmanagements verstanden. In Stadt und Region und darüber hinaus pflegt die Universität schon immer ihre Netzwerke mit

Stadtgesellschaft, Politik und Wirtschaft. Diese Beziehungen werden tatsächlich gelebt, sind also keinesfalls nur technisch im Sinne eines CRM-Systems zu verstehen. Die Stiftung Universität pflegt seither eine tief verwurzelte Dankbarkeitskultur. Spenderpflege, Netzwerkaufbau und eine exzellente Einbindung der Förderer stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Sie führen stetig zu Spenderbindung. Ausgangspunkt ist häufig eine Spende für ein Deutschlandstipendium, es folgen größere Spenden, Legate und Stiftungsprofessuren. Dieses Aufsteigen auf der Spendenleiter ist dabei ganz klar Ergebnis eben dieser gelebten Dankeskultur sowie der Kampagne „Bildung Stiften“, in deren Mittelpunkt eben jene Spenderinnen und Spender des Deutschlandstipendienprogramms als eine Gemeinschaft von Bildungsstifterinnen und Bildungsstiftern stehen.

Die Entwicklung

Seit 2013 arbeitet ein neu aufgestelltes Fundraisingteam mit enger Anbindung an den Vizepräsidenten für Stiftungsentwicklung an der Kampagne „Bildung Stiften!“. Die erheblichen Aufbauleistungen der vergangenen fünf Jahre zeitigen bereits beachtenswerte Erfolge – insbesondere in den Bereichen Spenden- und Sponsoringvolumen, Akquise von Deutschlandstipendien sowie Friendraising im Sinne der Kultivierung wohlgesonnener Förderinnen und Förderer. Dabei stand das Jahr 2017 in besonderer Weise im Zei-



Prof. Dr. theol. habil. Martin Schreiner ist Vizepräsident für Stiftungsentwicklung Stiftung Universität Hildesheim.



Markus F. Langer, Stiftung Universität Hildesheim, Leiter Friend- & Fundraising.



Jan Baumhöfener ist Mitarbeiter der Stiftung Universität Hildesheim.

chen des „Upgrading“ von Spenderinnen und Spendern, aber auch im Zeichen von großer Dankbarkeit für zuteil gewordene Unterstützung. Im nun folgenden Kampagnenabschnitt der Jahre 2018 ff. verschieben sich die Akzente weiter hin zum Großspendendundraising. Die Einwerbung von Stiftungsprofessuren und Zustiftungen sowie die Steigerung der Deutschlandstipendien auf die Maximalzahl stehen an oberster Stelle der Prioritätenliste. Damit geht eine weitere Professionalisierung der Spenderpflege und eine Ausweitung der Dankeskultur in allen Bereichen der Universität einher.

Dankbarkeitskultur

Schon die junge Stiftungsuniversität hat sich durch Senatsbeschluss ethische Leitlinien für ihr Fundraising gegeben. Diese sind auch Ausdruck einer Universitätskultur, in der die Würdigung von Spenderinnen und Spendern an höchster Stelle steht. Diese Kultur des Respekts vor der Gabe findet auch immer wieder ihren Niederschlag im hochschulweiten Diskurs. Zuletzt beschäftigte sich Prof. Dr. Alexander Merkl im Rahmen seiner Antrittsvorlesung mit dem Thema (Alexander Merkl, „Bildung Stiften“ – Überlegungen zu einer Ethik des Stiftens, in: Hildesheimer Universitätsreden, Heft 7, Universitätsverlag Hildesheim 2017, S. 18).

„Universität findet Sta(d)t(t)“

Die Universität will den Menschen um sich herum begegnen und sie involvieren – ideell wie materiell. Dementsprechend ist auch eine „Spende“ verschiedenartig: Sie kann in Zeit, in Unterstützung, Wort und Tat, aber auch in Geld bestehen. Dafür gebührt Dank, der dann eine Beziehung zu etablieren beginnt, indem er auch (wechselseitige) Bindung erzeugt und wiederum positives Feedback generiert, so dass die Spende oder Gabe, wie Merkl formulieren würde, sich wiederholen oder auf ein anderes Niveau steigen kann. Das Team des Friend- & Fundraising hat gemeinsam mit dem Vizepräsidenten für Stiftungsentwicklung sowie dem Präsidenten der Universität auch in den Jahren 2017 und 2018 intensive Netzwerkarbeit betrieben und die Kontakte der Stiftung Universität Hildesheim systematisch weiterentwickelt. In dem Zusammenhang sind Formate wie der Stifterempfang des Präsidenten anlässlich der Unimittsommernacht und der halbjährliche President's Table sowie eine ganze Reihe von Veranstaltungen – von Workshops über den Science Slam bis zur Weihnachtsvorlesung – zu nennen. Insgesamt waren dies 19 Veranstaltungen mit über 7000 Gästen. Schon an dieser Stelle wird deutlich, dass alle Bildungsstifterinnen und Bildungsstifter, wie wir unsere Fördernden nennen, Würdigung und Dankbarkeit erfahren. Dabei gibt es eine – sanfte – Differenzierung in Art und Umfang der Würdigung. Dank und Dankbarkeit erfahren die Bildungsstifterinnen und Bildungsstifter dabei nicht nur durch eine zentrale Stelle wie das Friend- & Fundraising, in aller Regel vertreten durch deren Leiter, sondern zum einen immer auch durch einen Vertreter des Präsidiums der Universität sowie zusätzlich durch die letztlich Geförderten selbst.

Auf der Spendenleiter nach oben

Mit diesem Vorgehen entspricht die Universität zum einen ihrem Selbstverständnis und schafft zum anderen gleichzeitig die Grundlage für eine Akzeleration des Fundraising. Gerade im Jahr 2017 sind deutliche Erfolge als Ergebnis dieses Verständnisses von Friend- und Fundraising zu verzeichnen gewesen. Als Illustration dieses Weges über die Stufen der Spendenleiter sollen hier zwei Bildungsstifterinnen kurz porträtiert werden:

Stiftungsprofessur für Bewegungswissenschaften und Gesundheitssport:

Der Hildesheimer Unternehmer Uwe Schiedeck und seine Ehefrau Beate fördern seit 2013 jährlich drei Studierende der Universität Hildesheim mit einem Deutschlandstipendium. Schon kurz nach der ersten dieser großzügigen Spenden erweiterte Uwe Schiedeck sein finanzielles Engagement aus seinem Privatvermögen heraus deutlich und fördert seitdem Prof. Dr. Nicolas Kurpiers als Inhaber der „Schiedeck-Stiftungsprofessur“. Die Stiftung Universität Hildesheim verlieh im Jahr 2017 Uwe Schiedeck als Dank für seine Verdienste in Lehre und Forschung die Ehrensatorwürde.

Baumgarten-Mezzetti-Stiftung:

Christa Mezzetti, geborene Baumgarten, studierte noch in den 1950er Jahren an der Pädagogischen Hochschule Alfeld, der Vorgängereinrichtung der heutigen Universität Hildesheim. Als ausgebildete Lehrerin lebte sie lange Zeit in Venezuela und kam zu Vermögen. 2012 kehrte sie in ihr Elternhaus zurück. Seitdem ist sie der Stiftung Universität Hildesheim eng verbunden. Seit 2013 unterstützt sie regelmäßig das Deutschlandstipendienprogramm. Im Jahr 2015 errichtete Sie unter dem Dach der Stiftergemeinschaft der Sparkasse Hildesheim-Goslar-Peine die unselbständige Baumgarten-Mezzetti-Stiftung. Die Erträge kommen der Stiftung Universität Hildesheim zu Gute. Christa Mezzetti nimmt weiterhin regelmäßig und interessiert am universitären Leben teil. Im Juni 2018 wurde sie für Ihre Verdienste zur Ehrenbürgerin der Universität ernannt.

Fazit: Philanthropie im Mittelpunkt

In ihrem Handeln als Fundraising betreibende Stiftung stellt die Stiftung Universität Hildesheim ganz bewusst den philanthropischen Gedanken ins Zentrum ihres Handelns. Wir sind der festen Überzeugung, dass die Förderung von Hochschulen nie allein auf reinen Nutzenerwartungen der Gebenden fußen kann. Im Gegenteil: Jede Spende, die ohne die Erwartung einer konkreten Gegenleistung erfolgt, erweitert die Spielräume nachhaltig. Und nur Spenden bilden die Grundlage einer wirklich wertvollen und vertrauensvollen Beziehung zwischen der Stiftung Universität Hildesheim und ihren Bildungsstifterinnen und Bildungsstiftern.

Dem Dank Raum geben

„The Healing Power of Philanthropy“

Viva-Katharina Volkmann

In den Ohren der Ärzte oder Pfleger in deutschen Krankenhäusern klingt es immer noch ungewohnt, dass die Spende eines Patienten der Abschluss seiner Heilbehandlung sein kann. Was für Nordamerika alltäglich ist, ist hier erst kennenzulernen und einzuüben. Dabei geht es nicht darum, den Patienten aktiv um Geld zu fragen, um die Behandlung zu finanzieren. Sondern es geht um die schlichte Erkenntnis, dass eine empathische und erfolgreiche Behandlung Patienten dankbar werden lässt. Und dieser Dankbarkeit ist Raum zu geben.

Der „Dank“ als Spender-Motiv

Der Dank ist eines der wichtigsten Spendenmotive. Aus Dankbarkeit gegebene Spenden machen Menschen glücklich.

Dankbarkeit für das, was Menschen Gutes widerfahren ist. Dankbarkeit für das, was andere gegeben haben. Dankbarkeit dafür, dass ein wenig zurückgegeben werden kann. Dankbarkeit für Erlebtes, erfahrene Liebe, Zuneigung, Lebensglück, Frieden, Familie, Freunde, Gesundheit. Dankbarkeit dafür, dass es einem bessergeht als erwartet oder als anderen Mitmenschen.



Dr. rer. pol. Viva-Katharina Volkmann, Rechtsanwältin und Fachanwältin für Steuerrecht, Charité – Universitätsmedizin Berlin; Leitung der Stabsstelle Fundraising und Alumni

Die Dankbarkeit ist ein Motiv der Philanthropie – Geschenke an Krankenhäuser und Kliniken sind die Dankbarkeit für das, was diese Institutionen für den Wohltäter oder seine Familie getan hat bzw. tun kann.

Die Dankbarkeit ist vielfältig und hängt sicherlich mit der persönlichen Lebenseinstellung eines jeden Einzelnen zusammen.

Die Beziehung von Dankbarkeit und Philanthropie (= Liebe)

Wenn diese Dankbarkeit erfahren wird, führt sie regelmäßig zu der Frage, wie und was die dankbare Person zurückgeben kann. Dankbarkeit führt zur Philanthropie, zur Liebe. Diese Liebe kann sich verschiedene Wege bahnen. Dankbriefe, Dankgesten, Dankgeschenke.

Diese Beziehung von erfahrenem Dank und etwas als Dankgeschenk zurückzugeben ist hoch sensibel. Denn letztlich geht es um eine innere Balance zwischen dem Erhaltenen und dem Zurückgebenden.

Die Dank-Spende als Abschluss der Heilbehandlung = „The Healing Power of Philanthropy“

Mit der Dankbarkeit wird dem Gegenüber Zuneigung zuteil. Die Gesten der Dankbarkeit sind insbesondere für den Gebenden von hoher Bedeutung. Das hat zur Folge, dass die Reaktion auf die Dankbarkeit respektvoll und angemessen sein muss. Nur dann erlebt der Gebende die Situation als Wohltat, für sich selbst wie für sein Gegenüber.

Patientinnen und Patienten sind für die sorgsame Pflege, die einfühlsame Behandlung und den erfolgreichen Eingriff, die zur Genesung beitragen, dankbar. Diese Dankbarkeit, die sich in Worten oder Gesten äußert und von Ärzten und Pflege positiv aufgenommen wird, macht den einzel-

nen Patienten zufrieden. Die wohlmeinnende Aufnahme des Dankes führt zu einem Wohlbefinden, die Freude wird erwidert. Der Patient hat etwas Gutes getan. So machen Spenden glücklich und gesund. Insofern gibt es einen inneren Zusammenhang zwischen Dankbarkeit und Gesundheit von Patienten.

Nichts ist schlimmer in der Situation des Dankes, diesen abzulehnen. Denn das wirkt wie ein abgelehntes Geschenk; der Patient fühlt sich nicht verstanden und verstoßen. Das ist Stress und belastet zudem die zwischenmenschliche Beziehung.

Geben schafft dagegen Glück. Geld für andere Leute auszugeben, hat einen positiveren Einfluss auf das Glück als Geld für sich selbst auszugeben. Es wird eine Ausgewogenheit zwischen Geber und Beschenkten, zwischen Behandler und Patient hergestellt. Bekanntermaßen führt das Geldgeben für Projekte der Nächstenliebe zu einer ähnlichen Hirnaktivität wie Liebe, Lust und Belohnung. Zurückgeben macht Menschen glücklich und Glück ist mit guter Gesundheit verbunden.

Genau diese Erkenntnis ist strategischer Baustein für Fundraising im Gesundheitsbereich.

Den Dank erkennen, nutzen und herauslocken

Ziel ist es daher, den Dank zu erkennen und anzunehmen. Das beginnt mit dem Hinhören und Bestärken. Dankbarkeit wird oft ausgedrückt, aber selten in geeigneter Weise anerkannt. Wenn jemand dankt, ist unbedingt darauf zu reagieren und der Dank freundlich und aufgeschlossen zu quittieren. „Das habe ich sehr gerne für Sie gemacht.“ „Sie sind uns wichtig.“ Sätze dagegen, wie „Das ist hier nur mein Job.“ Oder „Das ist doch selbstverständlich.“ sind ablehnend. Sie werden als ein Nicht-Akzeptieren der Dankbarkeit und als respektlos angesehen. Jemandem nicht zu erlauben, seine Dankbarkeit auszudrücken, kann zu negativen Emotionen wie Schuldgefühlen führen.

Das Hören auf die Danksignale ist zu trainieren. „Sie haben mir so gut geholfen.“ „Ich weiß gar nicht, wie ich Ihnen danken soll.“ „Ohne Sie ginge es mir noch lange nicht so gut.“ „Ich würde gern etwas Gutes für Ihre Klinik tun.“ In Teams können diese Zitate gesammelt und ausgetauscht werden. Sie sind zugleich gute Zitate für das Marketing eines Krankenhauses und motivieren neue Patienten, das Haus auszuwählen.

Genau auf diese Sätze können Ärzte, Therapeuten und Pflegenden einsteigen. In einem zweiten Schritt, nachdem die Danksignale verstanden werden, können den Patienten



Angebote zum „Dankgeschenk“ gemacht werden. Projektflyer können z.B. im persönlichen Gespräch überreicht werden, wenn der Patient definitiv etwas spenden möchte.

Zu diesem Mechanismus von Hinhören, aktivem Aufnehmen des Dankes und Angeboten zu Dankgeschenken zu unterbreiten, bieten sich Gesprächs-Trainings im Team an. Zugleich kann im Team überlegt werden, welche Projekte des jeweiligen Arbeitsbereichs für die Patienten als Spendende attraktiv sind und für die Mitarbeitenden und die Klinik von Nutzen sind.

Stimulierend können Geschichten gelungener Beispiele wirken, die in Patientenzeitschriften, Flyern oder mit Testimonials erzählt werden. Diese Erfolge sichtbar zu machen ist unerlässlich. Das gute Beispiel geht auch hier voran.

Schenken als Bewältigung von Hilflosigkeit und Trauer

Nicht selten sind Krankenhausaufenthalte mit Hilflosigkeit und Trauer verbunden. Persönlich erschütternde Diagnosen oder der Tod eines Angehörigen lassen Betroffene in Lähmung erstarren. Wie kann man hier wieder herausfinden? Wenn die Betreuung einer Klinik in dieser Situation gelingt und dafür Dankbarkeit empfunden wird, ist der Weg zu einer Spende nicht weit. So kann die Spende eine Möglichkeit sein, die Kontrolle über eine Situation zurückzuerlangen. Die Betroffenen können selbst nicht zur Heilung beitragen, jedoch mit der Spende können Sie einen eigenen aktiven Beitrag leisten. „Ich werde mich für die Erforschung dieser Krankheit engagieren. Ich werde Bewusstsein schaffen. Ich werde Mittel aufbringen.“

Die Wissenschaftsförderung der ZEIT-Stiftung

Ein Überblick

Michael Göring

Dr. Gerd Bucerius, der Gründer der ZEIT-Stiftung, hat seiner Stiftung 1971 drei Ziele aufgegeben: die Förderung von Wissenschaft, Kunst und Kultur und des allgemeinen Bildungswesens.

Auf die Wissenschaftsförderung entfielen bis heute mit rund 204 Mio. Euro die höchsten Zuwendungen der Stiftung. Die im Jahr 2000 von der Stiftung eröffnete Bucerius Law School ist dabei das Flaggschiff. Rund 600 Studierende werden hier in einem vierjährigen innovativen Programm zum Bachelor of Laws und zur Ersten Staatsprüfung geführt, 250 Doktoranden arbeiten derzeit an ihrer rechtswissenschaftlichen Dissertation. Über die Bucerius Law School hinaus prägen seit 20 Jahren mehrere Doktorandenprogramme die Stiftungsaktivitäten. Das Besondere dabei ist, dass die Doktoranden an ihren Heimatuniversitäten überall in der Welt arbeiten und sich ein- bis zweimal im Jahr zu Field Trips oder zum Work in progress-Austausch in Deutschland treffen. Es entsteht eine international vernetzte Gemeinschaft. Im gegenwärtigen Programm „Trajectories of Change“ arbeiten über 70 Fellows aus 30 Ländern.

Da die ZEIT-Stiftung nicht nur operativ eigene Programme entwickelt und umsetzt, sondern auch wissenschaftliche

Einrichtungen für deren Vorhaben fördert, seien hier zwei Beispiele erwähnt: Die Kooperation mit der Hamburger Hafen City Universität im Bereich Stadtforschung / Urbane Entwicklung, bei der sich die Stiftung vor allem für das CityScienceLab engagiert. An der Universität Hamburg ist die ZEIT-Stiftung Partnerin im Forschungsbereich Postkolonialismus, zu dem sie eine weitere enge Kooperation mit dem Hamburger Völkerkundemuseum unterhält. Überhaupt spielt der Blick über die Landesgrenzen eine wichtige Rolle bei der stiftungseigenen Wissenschaftsförderung: So unterhält die ZEIT-Stiftung seit 15 Jahren das Bucerius Institute of Contemporary German History and Politics an der Universität Haifa, war Gründerin des DHI Moskau und ist Partnerin des DHI Washington für die Etablierung des Instituts an der University of Berkeley.

Die Auszeichnung zur Wissenschaftsstiftung des Jahres bestätigt uns in der „Doppelgleisigkeit“ als operative Stiftung, die eigene wissenschaftliche Einrichtungen betreibt, und als traditionelle Förderstiftung, die offen ist für besonders relevante Forschungs- und Lehrprojekte Dritter. Als Wissenschaftsstiftung erfahren wir, welchen Aufschwung einzelne Fächer und Hochschulen durch die Exzellenzförderung und die damit verknüpften Bundesmittel genommen haben. Das führt bei uns dazu, sehr genau zu überlegen, in welchen Wissenschaftsbereichen und bei welchen Hochschulen wir uns engagieren. Auch das klassische Stiftungsfeld der Begabtenförderung wird glücklicherweise seit einigen Jahren viel stärker mit Bundesmitteln ausgestattet als zuvor. Dies ist ein Glück für die von privater Hand errichteten gemeinnützigen Wissenschaftsstiftungen, denn es zwingt uns, genau die Vorhaben zu identifizieren, die private Unterstützung benötigen und durch die wir wirkungsvoll und nachhaltig Wissenschaft fördern können.



Foto: © David Auserhofer

Professor Dr. Michael Göring
Vorsitzender des Vorstands der
ZEIT-Stiftung

Die Grenzen der Empathie

Eine Erinnerung an das Unbedingte in der Ethik

Die in einer Höhle eingeschlossenen Jugendlichen in Thailand und ihre dramatische Rettung hatten weltweit eine Welle der Empathie ausgelöst. Das Gleiche bewirkten die täglich im Mittelmeer unter Lebensgefahr flüchtenden oder gar sterbenden Väter, Mütter und Kinder nicht. Empathie ist eben ungerecht und sogar ein egoistisches Gefühl, meinte dazu der Empathieforscher Fritz Breithaupt. In erster Linie bewirke Empathie, dass man sich selbst gut fühle. Die eingeschlossenen Kinder in Thailand hätten es dem Mediennutzer leicht gemacht, Mitgefühl zu entwickeln. Man habe ihnen einfach nur die Daumen drücken können, dass alles gut gehe, sagte er im Deutschlandfunk. Anders verhalte es sich mit den Flüchtlingen auf dem Mittelmeer. Die wollten nicht einfach nur sicher nach Hause kommen, sondern zu einem selbst, ins eigene Lebensumfeld. Aus dieser Tatsache könnten sich für einen ganz persönlich gewisse Verpflichtungen und Änderungen des gewohnten Alltags ergeben. Davor aber schreke der Mensch naturgemäß zurück, sagte Breithaupt dem Sender. An anderer Stelle weist er darauf hin, Empathie sei eher auf schnellen Erfolg aus. Dann seien wir am liebsten empathisch. Bei Menschen mit chronischen Krankheiten dagegen seien wir sehr viel kälter, denn da würden wir uns möglicherweise verlieren. Obwohl es hier natürlich am nötigsten wäre.

Die Analyse gibt zu denken. Was bedeutet dies aber für ethisches Verhalten? Sören Kierkegaard hat das Überlegen und Analysieren über ethische Fragen einmal sehr pointiert kritisiert:

Von klein auf das Rasonieren gewohnt, fragten wir bei allem und jedem: Was ist das? Warum ist das so? Ist das erlaubt? Sollte es gar verboten sein? Also fragen wir unverdrossen: Was ist das Ethische? Und nicht nur wir fragen danach, sondern alle anderen auch, in Ethik-Kommissionen, Ethikräten usw. Das Ergebnis sei „*etwas einigermassen Schauerhaftes*“: Man müsse sich einmal „*die ganze Menge von Buchbindern, Buchhändlern, Journalisten, Verfassern vorstellen – und alle diese arbeiten Tag und Nacht im Dienste der Verwirrung*“. Die Verwirrung bestehe nämlich genau darin, diese Frage zu stellen: Was ist nämlich das Ethische? Damit frage man unethisch nach dem Ethischen. Das Ethische beginne nicht mit Unwissenheit, die in Wissen verwandelt werden solle, sondern beginne mit einem Wissen und fordere ein Realisieren. Wer hier erst nach einem Wissen forsche, der sei, so Kierkegaard, ein „*Schlin-*

gel“, der Ausflüchte mache und Ausflucht suche. „*Es gilt hier, unbedingt konsequent zu sein, eine einzige Unsicherheit in der Attitüde, dann hat die moderne Verwirrung uns erfaßt*“. Wenn z. B. jemand sage: „*Vom Ethischen gibt es ja ganz verschiedene Begriffe in verschiedenen Ländern und verschiedenen Zeiten*“. Wie werde dann dieser Zweifel aufgelöst werden können? „*Wissenschaftlich werde er zu Folianten führen und doch nicht zum Stehen gebracht werden*“. Aber das Ethische fasse, ethisch konsequent, den Zweifler und sage: „*Was geht Dich das an, Du sollst in jedem Augenblick das Ethische tun, und bist für jeden Augenblick, den Du vergeudest, ethisch verantwortlich*“.

Warum gibt es hier nichts zu rasonieren? Weil es um etwas Unbedingtes geht. Das ist heute allerdings schwer vermittelbar. Denn die unbedingte moralische Forderung hat ihren Ursprung in der Menschenwürde und diese ist keine Kategorie der Moralität, sondern die *Bedingung der Möglichkeit* von Moralität. Als Bedingung der Möglichkeit ist sie aber dem Rasonieren, dem auf Begründung abzielenden und am richtigen Orte notwendigen ethischen Argumentieren, vorausgesetzt und nicht zugänglich. Die Menschenwürde ist damit, positiv gesagt, ein Metaphysicum und Absolutum, polemisch, eine „bloße Behauptung“, eine Setzung, außerhalb des argumentativen Vollzuges. Kant formuliert es so: „*Allein der Mensch als Person betrachtet, d. i. als Subjekt einer moralisch-praktischen Vernunft, ist über allen Preis erhaben; denn als ein solcher (homo noumenon) ist er nicht bloß als Mittel zu anderer ihren, ja selbst seinen eigenen Zwecken, sondern als Zweck an sich selbst zu schätzen, d. i. er besitzt eine Würde (einen absoluten inneren Wert), wodurch er allen anderen vernünftigen Weltwesen Achtung für ihn abnötigt, sich mit jedem anderen dieser Art messen und auf den Fuß der Gleichheit schätzen kann*“.

Diese Einsicht Kants bedeutet: Der Mensch ist um seiner selbst willen interessant, er hat Würde, die *absolut* und kein „Höchstwert“ in einer Wertehierarchie ist. Inmitten des weltweiten sich immer mehr beschleunigenden Tummels, der Desorientierung und der auf Lüge aufbauenden Propaganda allerdings ist präzise Unterscheidung gefragt, Nüchternheit, die sieht, daß „*verhältnismäßig sehr wenig Wissen nötig ist, um in Wahrheit Mensch zu sein, aber desto mehr Selbsterkenntnis*“ (Kierkegaard) Das heißt: Spätestens, wenn die Empathie nicht mehr weiter weiß, beginnt das moralische Handeln. Felix Grigat

War for Talent

Man muss nicht erst die aktuelle Diskussion um den Fachkräftemangel in Deutschland verfolgen, um auf die Idee zu kommen, dass Hochschulen und Universitäten davon nicht verschont sind. High-Potentials sind gefragt – auch im Fundraising. Doch wie kann man sie halten? In Jason Lewis Buch geht es vordringlich genau um diese Frage. Welche Rahmenbedingungen muss ich als Organisation schaffen, um ein gutes und erfolgreiches Arbeitsumfeld und ein nachhaltiges Fundraising zu schaffen?

Interessanterweise macht Lewis sehr deutlich, dass gerade die Beziehung zwischen Spender und Organisation auf die Arbeitsatmosphäre einen großen Einfluss hat. Er sieht kleinere Organisationen hier sogar im Vorteil, die eine sehr gewinnende Beziehung herstellen könnten. Diese Nähe wirkt sich dann auch auf das Arbeitsumfeld durch positive Wertschätzung der Spenderinnen und Spender für die Mitarbeiter der Organisation aus. Lewis setzt sich durchaus kritisch mit dem Status quo des professionellen Fundraisings auseinander und prangert die Fokussierung einiger Vorstände auf Taktiken und Methoden statt auf gelebte Spendenbeziehungen als Fehlentwicklung an. Gerade für Organisationen, die sich um den Aufbau eines professionellen Fundraisings bemühen – und dazu gehören in Deutschland viele Bildungseinrichtungen –, ist dies ein wertvoller Denkanstoß und bietet eine sinnvolle Argumentationshilfe für die nötige Diskussion auf Managementebene.

Kurt Manus

Jason Lewis. *The War for Fundraising Talent. And how small shops can win.* Gatekeeper Press. 2018. 108 Seiten. ISBN: 978-1-61984-869-6. 13,93 €

Stiftungen führen

Universitäre Stiftungen schossen bis 2008 wie Pilze aus dem Boden. Meist mit dem Heilsversprechen planbarer und regelmäßiger Einnahmen. Spätestens mit der Finanzkrise ist das Geschichte. Das vorliegende Buch dreier ausgewiesener Stiftungsexperten beschäftigt sich mit zukunftsorientiertem Stiftungsmanagement. Ohne den Blick auf die aktuellen Herausforderungen zu vermeiden, gelingt es den Herausgebern, durch viele Fachautoren ein sehr breites Bild des Stiftungsmanagements zu entwerfen und die Hausaufgaben klar zu benennen. Sei es das Niedrigzinsumfeld, Fragen der Wirkungsmessung und des Controllings, mutige Stiftungskommunikation und natürlich auch dialogorientiertes Fundraising.

Ergänzt wird das Buch durch spannende Case-Studies. Darunter das Beispiel der Sutor Stiftung, die Architektur und Technik an Hochschulen fördert. Die Herausgeber schaffen es nicht nur, die Themen, sondern auch die Autoren gut zu mixen. Große und kleine Stiftungen, Beratungsunternehmen, Stiftungsaufsicht, Wissenschaft und Verbände kommen zu Wort. Sehr zu empfehlen ist hier beispielsweise der Artikel von Hans Fleisch zu typischen Fehlern im Stiftungsmanagement. Daraus lernt man ja bekanntlich am meisten. Insgesamt ein sehr gelungenes und kompaktes Buch, das zeigt, wohin sich universitäre Stiftungen künftig entwickeln sollten.

Matthias Daberstiel

Reinhardt Berndt, Peter Kreutter, Stefan Stolte. (Hrsg.). *Zukunftsorientiertes Stiftungsmanagement – Herausforderungen, Lösungsansätze und Erfolgsbeispiele.* SpringerGabler. 2018. 340 Seiten. ISBN: 978-3-658-19266-2. 54,98 €

Literaturempfehlungen

Peter Baumgartner, Eva Shata-Aichner. *Rede. Vorträge, die berühren, begeistern und bewegen.* Verlag Business Village. 2017. 188 Seiten. ISBN: 978-3-86980-401-9. 19,99 €

Bert F. Hölscher. *Digitales Dilemma. Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Effizienz und Innovation. Ein Wegweiser in die digitale Zukunft.* tredition. 2017. 327 Seiten. ISBN: 978-3-73458-392-6. 24,95 €

Jens Corssen, Stefan Gröner, Stephanie Ehrenscheidner. *Der Team-Entwickler. Gemeinsam gewinnen lernen.* Knaur Verlag. 2017. 288 Seiten. ISBN: 978-3-42621-428-2. 19,99 €

René Sutorius. *Projektmanagement Checkbook.* Haufe Verlag. 2. Auflage 2017. 173 Seiten. ISBN: 978-3-64809-669-7. 24,95 €

Stefan Evertz. *Analysiere das Web! Wie Sie Marketing und Kommunikation mit Social Media Monitoring verbessern.* Haufe Verlag. 2018. 263 Seiten. ISBN: 978-3-64810-404-0. 34,95 €

Michael Heuser, Tarek Abdelalem (Hrsg.). *Strategisches Management humanitärer NGOs.* Verlag Springer Gabler. 2018. 271 Seiten. ISBN: 978-3-66255-748-8. 49,99 €

Claus-Peter Hutter, Karin Blessing, Rainer Köthe. *Grundkurs Nachhaltigkeit. Handbuch für Einsteiger und Fortgeschrittene.* oekom Verlag. 2. Auflage 2018. 400 Seiten. ISBN: 978-3-96238-039-7. 39,00 €

Mehr Rezensionen unter:
www.fundraiser-magazin.de

Was hier nicht steht ...

Hier reinlesen und bestellen:
www.fundraiser-magazin.de

Fundraiser
magazin

Fachlektüre, die Spaß macht

steht im Fundraiser-Magazin.

Sehr verehrte Frau Kollegin,
sehr geehrter Herr Kollege,

Sie kennen vielleicht die beim DHV geführte, gemeinnützige Zentralunterstützungskasse (ZUK), die bereits seit Jahrzehnten in Not geratene Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und deren Angehörige finanziell unterstützt.

Die seit einiger Zeit rückläufige Zahl eingehender Spenden hat dazu geführt, dass die Aufwendungen der Kasse für einmalige und monatliche Unterstützungen für 2018 nicht mehr durch die Einnahmen gedeckt werden. Nach dem vorliegenden Kassenbericht hat sich der Kassenbestand erheblich reduziert, so dass die ZUK dringend auf Hilfe angewiesen ist, um die notwendigen laufenden Unterstützungen auch in Zukunft gewährleisten zu können.

Selbstverständlich weiß ich um die mehrheitlich auch bei Ihnen zunehmenden finanziellen Belastungen. Gleichwohl bitte ich Sie, mit Ihrer Spende die Arbeit der ZUK zu unterstützen.

Nicht nur ältere Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler geraten in Not. Zunehmend auch jüngere Kolleginnen und Kollegen, die ihre venia legendi unvergütet aufrechterhalten, und sich mit Ersparnissen, bescheiden besoldeten Lehraufträgen oder spärlichen Werkverträgen über Wasser halten, leben in prekären Verhältnissen.

Es bedarf nicht viel, die Situation der Betroffenen zu erleichtern: Bereits mit einem Beitrag von 10 Euro im Jahr können Sie förderndes Mitglied der ZUK werden. Selbstverständlich sind aber auch einzelne Spenden willkommen. Alle Beträge sind selbstverständlich von der Steuer absetzbar.

Sie können gewiss sein, dass Ihr Beitrag vollständig den in Not geratenen Kolleginnen und Kollegen zugute kommt. Die Verwaltungskosten trägt der DHV.

Ihre in wirtschaftliche Not geratenen Kolleginnen und Kollegen, die wir mit Hilfe Ihrer Spende unterstützen können, werden es Ihnen danken!

Mit meinen besten Grüßen



Univ.-Professor Dr. Bernhard Kempen
Präsident des DHV

Spendenkonten:

Commerzbank AG
IBAN: DE58 3708 0040 0268 6211 00
BIC: DRESDEFF370

Postbank Hamburg
IBAN: DE52 2001 0020 0008 1012 07
BIC: PBNKDEFF200

Nähere Informationen über die ZUK sowie das Beitrittsformular erhalten Sie unter:
www.hochschulverband.de/zuk.html

Ausschreibung

Die Deutsche Universitätsstiftung und der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. loben gemeinschaftlich einen Preis für die

Deutsche Wissenschaftsstiftung 2019

aus. Der Preis ist mit 10.000 Euro dotiert.

Hinter den nahezu 3.000 Wissenschaftsstiftungen in Deutschland stehen Stifterpersönlichkeiten, die aufgrund von Dankbarkeit, Wissens- und Forschungsdrang, erkanntem Förderbedarf oder aus philanthropischen Motiven eine Stiftung ins Leben gerufen haben.

Mit dem Preis „Wissenschaftsstiftung des Jahres“ will die Stifterin die öffentliche Aufmerksamkeit auf Wissenschaftsstiftungen lenken. Die öffentliche Würdigung und Hervorhebung einer Wissenschaftsstiftung soll als „Best-practice“-Beispiel dienen, motivierend auf potentielle Stifter, Förderer, Zustifter, Erblasser und Sponsoren wirken und zur Nachahmung und Gründung weiterer Wissenschaftsstiftungen anregen.

Die Geschichte der Stiftung, ihre Ausrichtung, das Gründungsengagement des Stifters, das Stiftungskapital, Alleinstellungsmerkmale, Gründungsidee und öffentliche Wirkung sollten Gegenstand der Bewerbung sein.

Die Unterlagen sind bitte in deutscher Sprache digital und postalisch einzureichen. Eine Rücksendung der eingereichten Unterlagen ist nicht vorgesehen.

Die Jury besteht aus dem Präsidium der Deutschen Universitätsstiftung und einem Mitglied des Vorstandes bzw. der Geschäftsführung des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft e.V.

Der Preis wird auf der Gala der Deutschen Wissenschaft am 8. April 2019 im Konzerthaus am Gendarmenmarkt in Berlin vergeben. Die Presse sowie die Teilnehmer werden im Vorfeld über das Ergebnis informiert.

Bisherige Preisträger:

2014 Stiftung zur Förderung der universitären Psychoanalyse

2015 Carl Zeiss Stiftung

2016 Care-for-Rare Foundation

2017 Gerda Henkel Stiftung

2018 Zeit Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius

Die Unterlagen können bis zum **31.12.2018** eingereicht werden bei:

Deutsche Universitätsstiftung

Frau Cornelia Kliment

Rheinallee 18-20

53173 Bonn

Tel.: 0228/90266-43

Fax: 0228/90266-97

kliment@deutsche-universitaetsstiftung.de