

Unterstützung gewinnen. Wie gelingt Fundraising?

Zentrale Ergebnisse des Workshops

Servicezentrum Deutschlandstipendium
30. Mai 2012, Berlin

A. Perspektive der Hochschulen:

- Fundraising als **Leitungsaufgabe**: Gute Ergebnisse im Fundraising lassen sich vor allem dann erzielen, wenn sich der Präsident einer Hochschule als „oberster Fundraiser“ begreift
- Gewinnung von Förderern benötigt einen **langen Atem**: Die Entwicklung und Umsetzung einer langfristigen Fundraisingstrategie ist entscheidend
- Zentrale Elemente einer **Akquisitionsstrategie** sind zum Beispiel eine Gewinnungs- und langfristige Bindungsstrategie von Förderern
- In die Akquisitionsstrategie sollten unterschiedliche **Multiplikatoren** (zum Beispiel bestehende Förderer, Industrie- und Handelskammer) eingebunden werden
- Viele Hochschulen haben insbesondere bei der Ansprache von **kleinen und mittleren Unternehmen** der Region gute Erfahrungen gemacht
- Die Etablierung einer **Wertschätzungskultur** für Förderer ist ein wichtiges Element der Fundraisingstrategie, zum Beispiel durch die Einladung zu zentralen Veranstaltungen wie dem Sommerfest
- Deutschlandstipendium als guter **Startpunkt** für weitere Aktivitäten im Fundraising
- Fundraising benötigt ein klares **Bekenntnis** zur privaten Mittelgewinnung sowie eine entsprechende organisatorische Struktur (institutional readiness)

B. Perspektive der Förderer:

- Für die meisten Förderer ist insbesondere ein enger Bezug zur eigenen **Region** sehr wichtig
- Wünschen sich einen intensiven **Kontakt** zu „ihren“ Stipendiaten, zum Beispiel auch in Mentoring-Programmen und Workshops
- Sind mit der **Qualität** der Bewerber und späteren Stipendiaten in der Regel sehr zufrieden
- Würden es begrüßen, wenn sich insgesamt noch **mehr Studierende** um ein Deutschlandstipendium bewerben würden
- **Nachwuchsgewinnung** als wichtiges aber nicht alleiniges Motiv bei der Förderung von Deutschlandstipendiaten
- Nehmen in der Regel gerne an **Vernetzungsveranstaltungen** der Hochschulen teil, zum Beispiel Campus Days
- Würden sich über eine intensivere **kommunikative Verbreitung** des Stipendienprogramms freuen

C. Erprobte Methoden und Formate:

- Viele Hochschulen haben **gestufte Beteiligungsebenen** für Förderer definiert: Benennung der Stipendien und Beteiligung an Auswahlprozessen oft erst bei höherem Fördervolumen möglich
- Eine originelle **Zielgruppenansprache** hat sich oft bewährt, zum Beispiel Lehrende/Professoren und Teilnehmer einer universitären Großveranstaltung
- Die Einrichtung von **Stipendienfonds** ist ein geeignetes Mittel zur Aufnahme von kleineren (Einzel-)Spenden, zum Beispiel in Höhe von 100 Euro
- Die Gründung einer eigenen **Stiftung** kann Fundraisingarbeit begünstigen, zum Beispiel Bündelung sämtlicher Spenden- und Sponsoringaktivitäten in der Stiftung
- Strukturelle **Vernetzung** mit Partnern der Region (zum Beispiel Hochschulen, Schulen, Unternehmen, Stiftungen, Privatpersonen) mit Vorteilen auch für das Fundraising
- **Ideelle Förderung** von Studierenden (zum Beispiel in Mentoring-Programmen und Workshops) mit steigender Bedeutung für das Fundraising

Für Ihre Fragen rund um den Workshop „Unterstützung gewinnen. Wie gelingt Fundraising?“ steht Ihnen das Servicezentrum Deutschlandstipendium jederzeit gerne zur Verfügung:

www.servicezentrum-deutschlandstipendium.de