



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Fundraising für LEI-Aktivitäten

- Überblick über den Deutschen Spendenmarkt
- Einblick in Instrumentenkasten des Fundraisers
- Ausblick auf FR-Aktivitäten an Hochschulen



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Fundraising

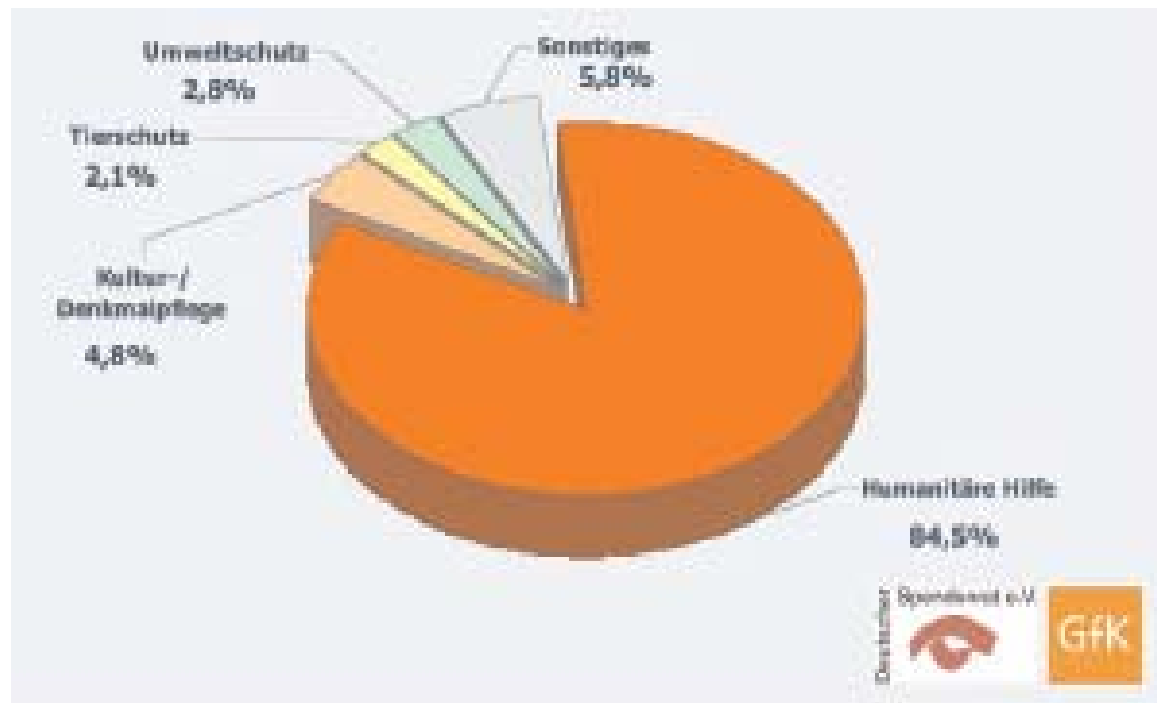
- “Funds” – finanzielle Ressourcen, Kapitalstock, Mittel, Gelder, Schatz
- “to raise” - aufbringen, beschaffen

Fundraising ist die Beschaffung von Mitteln zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken.

(Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing – Deutscher Fundraisingverband)



Zahlen





Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Fundraising an deutschen Hochschulen:

Die Fundraising- Einnahmen liegen bei fast 70% der befragten Hochschulen unter einer Million Euro.

19 Hochschulen werben weniger als 100.000 € ein.

Universität Mannheim wirbt 13 Mio. € in 2005 ein.

Insgesamt haben nur 5 der beteiligten Hochschulen im Haushaltsjahr 2003 über 5 Mio. € an Einnahmen aus Fundraising erzielt: die Universitäten Mannheim und Heidelberg, die TU München
die privaten Universitäten Witten-Herdecke und WHU Vallendar.

Fundraising-Studie 2005 von ZEIT, CHE und Deutschem Fundraising-Verband.



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Beispiele in 2006

Jacobs-Foundation gibt IUB 200 Mill. Euro.
„Jacobs University Bremen“

Aldi-Süd sponsert die Fachhochschule Würzburg.
„Aldi-Süd-Hörsaal“



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Voraussetzungen für erfolgreiches Fundraising

- ein hoher Bekanntheitsgrad
- ein positives und eigenständiges Image
- ein klares Profil und Leitbild
- das Vertrauen der Spender/innen
 - setzt längeres Bemühen der Organisation und Beziehungspflege voraus
- eine inspirierende Vision



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Für Hochschulen lassen sich ergänzen:

- die Ausbildungsleistung
- der Platz im Ranking
- die Gastlichkeit gegenüber den Besuchern



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Interne Bereitschaft – „institutional readiness“

- Positive Einstellung zum Fundraising und breite Unterstützung innerhalb der Organisation
- Engagierte und inspirierende Führungskräfte
- Menschen, die dem Fundraising kontinuierlich Zeit widmen (Fundraising-Personal)



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Man nehme außerdem:

- Zeit, Zeitplanung und Geduld
- Budget für Fundraising-Aktivitäten
- Datenbank, die Kontakte und Netzwerke abbildet
- Prozessbegleitung durch interne und externe Kommunikation



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Ressourcen und Vernetzung

Gibt es eine Anerkennungskultur innerhalb Ihrer Hochschule?

Wird Ihr ehrenamtliches Engagement geschätzt?

Haben Sie einen Etat?

Sorgen Sie für „Nachwuchs“?



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Ressourcen und Vernetzung (II)

Je mehr der vorhergehenden Fragen Sie mit „Ja!“ beantwortet haben, umso besser! Das heißt nämlich, dass Ihre Arbeit attraktiv ist, auch für potenzielle NachfolgerInnen.

Sichern Sie darüber hinaus Ihr internes Wissen, z.B. durch Jahr- oder Logbücher. So sichern Sie Vereins-Kontinuität für interne und externe Interessenten. Erfahrungen und Geschichte bleiben erhalten, gute Kontakte können weitergepflegt werden.



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Nutzen Sie die Hochschul-Ressourcen!

Kommunizieren Sie Ihre Arbeit hochschulintern und –extern! Reden und schreiben Sie über Ihre Arbeit, in der Uni, aber auch außerhalb!

Kooperieren Sie mit Ihrem Fundraiser, Öffentlichkeitsarbeiter, Alumnimanager und Förderverein!

Nutzen Sie Pressekontakte, bitten Sie um inhaltliche Unterstützung, stellen Sie einen Förderantrag ans Präsidium oder Ihren Förderverein, pflegen Sie die Kontakte zu Ihren Alumnis über den Alumniclub Ihrer Hochschule!



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Was machen Sie und wen interessiert das?

Vorträge, Ausflüge, Lesungen, Besichtigungen,
Firmenbesichtigungen, evtl. Kontakte zu Schulen und
Politikern

Bezugsgruppen: Hochschule, Alumnivereine, Stadt,
Fremdenverkehrsamt, Reisebüro, Sportstätten, Kneipen,
Kinos, Mitwohnzentralen, Krankenkassen, Versicherungen,
(international agierende) Unternehmen, Eltern usw.



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Unterstützer

AAA, DAAD etc.

Hochschule (Anbindung an Förderer- und Alumni-Vereine)

Stiftungen (Herbert-Quandt-Stiftung, Haniel-Stiftung, Robert-
Bosch-Stiftung u.a. ...)

Bevölkerung

Einheimische Unternehmen

Eltern der Incomings



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Was machen Sie und wen interessiert das?

II

Pflegen Sie den Kontakt zu Ihren Bezugsgruppen, schaffen Sie Anlässe.

Laden Sie zu Veranstaltungen ein.

Schicken Sie einen Jahresbericht.

Machen Sie auf Ihre Webseite aufmerksam. Und so weiter.



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Nächste Schritte für Ihr Fundraising:

- Definieren Sie Projekte, für die Drittmittel eingeworben werden sollen, zum Beispiel:
 - Ausflüge, Besichtigungen
 - Veranstaltungen, Feiern, Parties
 - Vorträge
 - Sprachkurse
 - Büroausstattung



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

People give to people!

Lassen Sie Ihre Incomings und Outgoings sprechen, und sagen Sie, warum Sie sich ehrenamtlich engagieren!
Auf Ihren Webseiten, in Flyern, in Briefen...

Und werden Sie möglichst konkret. Geld für eine „Initiative“ oder für „Vereinsarbeit“ einzuwerben ist schwer, Geld oder Sachspenden für konkrete Projekte oder Personen zu akquirieren, macht es Ihrem Spender leichter!

Nennen Sie Zahlen! Reden Sie nicht um den heißen Brei herum!



Hochschule für Musik
und Darstellende Kunst
Frankfurt am Main

Zum Abschluss einige Dinge, die Sie, zusammengenommen, unverwechselbar machen:

- LEI verfügt über Internationalität / Auslanderfahrung
- LEI hat Interesse an anderen Ländern und Kulturen
- LEI hat Reiselust
- LEI ist gastfreundlich
- LEI mag Teamwork
- LEI hat Interesse an Hochschulpolitik
- LEI macht die Hochschule zum guten Ort für Incomings
- LEI macht die Hochschule Outgoing-freundlich
- LEI engagiert sich ehrenamtlich
- und so weiter