

## Fundraising

## Milde Gaben fürs Labor

Deutsche Hochschulen versuchen sich im Spendensammeln – bislang mit bescheidenem Erfolg, wie eine neue Studie zeigt, die sie hier herunterladen können

Von **Martin Spiewak**

29. Dezember 2005 / Quelle: (c) DIE ZEIT 29.12.2005 Nr.1

AUS DER ZEIT NR. 01/2006



Die Universität Mannheim gehört zu den erfolgreichsten Spendensammlern. Mit den **Millionen aus privater Hand** restaurierte sie Hörsäle und Bibliothek im StadtschlossFotos: Bert Bertelsmann/WirtschaftsWoche

Der alte Herr kam zu Fuß und meldete sich im Hauptgebäude der Universität beim Pförtner. Er habe viel Gutes von der TU München gehört, sagte der Unbekannte, nun wolle er etwas spenden. Wo könne er dies tun? Der Pförtner reagierte geistesgegenwärtig und führte den Sponsor direkt zum Präsidenten der Universität. Kurze Zeit später war die TU München um einen Millionenbetrag reicher. Was hätte Humboldt zum modernen Fundraising gesagt?© Guido Bergmann dpa/lbn

So einfach gelingt es Arnulf Melzer selten, zu Geld zu kommen. Seit 1999 werben er und seine fünf Kollegen aus der Fundraisingabteilung der TU München für ihre Hochschule um Spenden. Mehr als 100 Millionen Euro sind seitdem zusammengekommen.

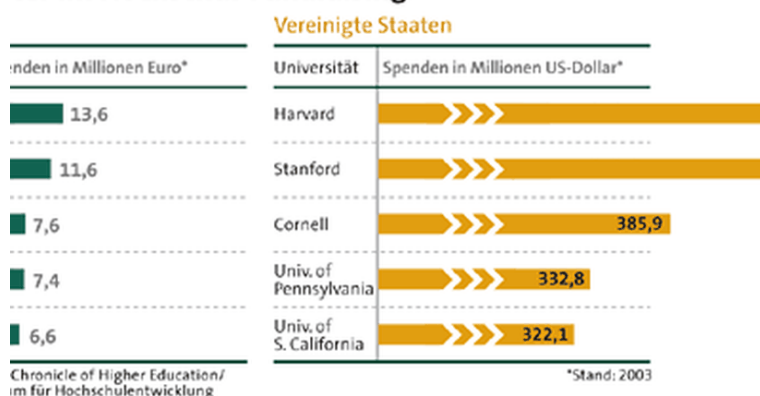
Mit ihrem Erfolg und Engagement stehen die Münchner Geldsammler in der deutschen Hochschullandschaft nahezu einzigartig da. Wie groß der Abstand zu fast allen anderen Hochschulen ist, dokumentiert die erste Studie zum Hochschulfundraising in Deutschland [[http://www.che.de/downloads/CHE\\_Fundraising\\_AP68.pdf](http://www.che.de/downloads/CHE_Fundraising_AP68.pdf)] , welche *DIE ZEIT* gemeinsam mit dem Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) und dem Deutschen Fundraising Verband erstellt hat. 65 Hochschulen beteiligten sich an der Umfrage und gaben Auskunft über sämtliche Aktivitäten innerhalb eines Jahres (2003). Demnach - haben die Universitäten im Schnitt gerade einmal anderthalb Millionen Euro

pro Jahr aus privater Hand eingenommen, die Fachhochschulen 91000 Euro.

- verfügen lediglich dreizehn Universitäten über mindestens eine volle Stelle zum Spendensammeln, rund die Hälfte der Hochschulen über gar keine.

- können nur acht Hochschulen vom finanziellen Wohlwollen ihrer Alumni profitieren. Und nur bei drei beträgt die Gabe der Ehemaligen mehr als 10 Prozent vom Gesamtspendenaufkommen.

### ter im Hochschul-Fundraising



Ein professionelles Fundraising braucht Fachwissen, Geld und Leidenschaft. An deutschen Universitäten fehlt – bis auf wenige Ausnahmen – alles. Zwar haben deutsche Hochschulen mittlerweile begriffen, dass sie sich auf die Überweisungen aus der Staatsschatulle nicht mehr verlassen können. Schon seit Jahren verkünden Universitätspräsidenten, dass sich die Wissenschaft neue Geldquellen erschließen muss (ZEIT Nr. 43/01). Aber mit Ausnahme von München ist seitdem in Deutschland nur wenig passiert.

### Studenten leihen ihre Bücher in der "Volkswagen-Bibliothek" aus

Wie zögerlich und laienhaft hiesige Hochschulen das Bildungsbetteln betreiben, zeigt nicht allein der Blick in die USA. Dort flossen den Colleges und Universitäten aus privater Hand allein im vergangenen Jahr 24 Milliarden Dollar zu [[https://www.zeit.de/2006/01/B-Sponsoring\\_Kasten](https://www.zeit.de/2006/01/B-Sponsoring_Kasten)]. Auch im Vergleich mit England oder Skandinavien "sind deutsche Universitäten weit zurück", sagt Marita Haibach von der Beratungsfirma Brakeley, die derzeitige Präsidentin der European Fundraising Association.

Zwar können auch hiesige Hochschulen auf erste Erfolge beim Werben um Sponsoren und Spender verweisen. Die Studenten der TU Berlin leihen sich ihre Bücher in der "Volkswagen-Bibliothek" aus, während Professoren am "Deutsche Telekom Innovation Center" forschen. Die Humboldt-Universität hat für ihr Naturkundemuseum mehr als 2000 Paten gefunden, die Hamburger Universität eine noch größere Zahl von Spendern für Bücher und Stühle.

Doch verlässliche Erträge aus dem Fundraising können bislang nur zwei

staatliche Hochschulen vorweisen: die TU München und die Universität Mannheim. In der ZEIT-Umfrage schafften sie neben Heidelberg als Einzige den Sprung über die Fünf-Millionen-Marke bei den Spendeneinnahmen.

Sechs Geldsammler, mehr als jede andere staatliche Hochschule, beschäftigt die TU München. Zwei von ihnen sind nur für die Verwaltung des eingeworbenen Geldes und die Betreuung der Großspender zuständig. Sie schicken den Gönnern Grüße und Geschenke zu Weihnachten, Geburtstag und silberner Hochzeit oder laden sie zu exklusiven Veranstaltungen mit Topwissenschaftlern ein. Besonders verdiente Mäzene können auch auf Ehrenposten hoffen. So darf sich ein Stifter, der sein Geld im Baugeschäft verdiente, nun Ehrensponsor nennen. In Heidelberg sitzt einer der Hauptsponsoren der Universität, der Aufsichtsratsvorsitzende des Finanzdienstleisters MLP, im Hochschulrat. Und stiftet ein Mäzen einen Lehrstuhl, darf er in München bei der Auswahl des neuen Professors dabeisitzen, "selbstverständlich, ohne Einfluss auf die Entscheidung zu nehmen", versichert Fundraisingchef Arnulf Melzer.

Fairerweise muss man sagen, dass es die TU München bei der Spendenakquise leichter hat als andere Hochschulen. In Rankings steht sie an der Spitze, ihre technische Ausrichtung ebnet ihr den Weg in die Vorstandsetagen vieler Unternehmen. Melzers größter Trumpf ist allerdings TU-Präsident Wolfgang Herrmann, der sich als oberster Spendenschnüffler seiner Universität versteht. "Herrmann denkt sich heute ein Projekt aus, trifft morgen eine Person, die als Spender infrage kommt, und schiebt mir übermorgen einen Zettel mit der Botschaft rüber: ›Arnold, weiterbehandeln‹", schwärmt Melzer.

"Fundraising ist Chefsache", sagt auch der ehemalige Präsident der Hochschulrektorenkonferenz Klaus Landfried. "Doch die wenigsten Präsidenten nehmen das wahr." Gerade wenn ein Spendensucher eingestellt worden ist, glauben viele Hochschulleitungen, das Thema vom Hals zu haben. Das Gegenteil sei richtig, sagt Marita Haibach: "Gute Fundraiser machen ihrem Präsidenten Arbeit."

### **Wer Bill Clinton hören will, zahlt 50000 Dollar für einen Tisch**

In den USA ist es normal, dass ein Unirektor mehr als die Hälfte seiner Zeit mit dem Geldsammeln verbringt. Ebenso selbstverständlich hat er das Handwerk zum Betteln in einem speziellen Seminar gelernt. Auch in Deutschland sollte dies Schule machen, meint Haibach. Sonst geht es den Fundraisern wie jenem Kollegen, der nicht genannt werden will und stöhnt, dass er sich auf manchem Termin für seinen Präsidenten schämen müsse.

Auch unterhalb der Hochschulspitze mangelt es an kundigem Personal. In der Szene der Spendensammler dominieren Lobbyisten für Krebsstationen,

Katastrophenopfer oder Umweltorganisationen. Experten, die sich in Hörsälen und Forschungslabors auskennen, fehlen. "Für eine Universität können Sie nicht mit Mitleid und Massenbriefen werben", sagt Wilhelm Krull, Generalsekretär der Volkswagen-Stiftung.

Das größte Hindernis der Hochschulen auf dem Weg zum Geld ist jedoch – fehlendes Geld. Um einen Dollar in die Kasse zu bekommen, muss die Hochschule 15 bis 20 Cent investieren, lautet eine amerikanische Faustregel. Bis vor kurzem jedoch war es deutschen Universitäten offiziell nicht einmal erlaubt, für das Geldsammeln den Hochschulhaushalt anzutasten. Fundraising gehörte nicht zu ihren "Dienstaufgaben".

Mittlerweile ist das Verbot zum Reichwerden gefallen – Mittel für Räume, Personal oder Beratung allerdings fehlen noch immer. "Man investiert lieber in zwei neue Doktoranden, als einen Mitarbeiter in der Fundraisingstelle einzustellen", klagt Marita Haibach. Auf den ersten Blick ist dies sogar plausibel. Denn jede Spendenkampagne kostet erst einmal sehr viel mehr, als sie einbringt.

Diese Erfahrung durfte man in Göttingen machen. Seit Ende 2004 finanziert die Volkswagen-Stiftung einigen Universitäten in Niedersachsen Personal für das organisierte Spendensammeln. Gerade für die Göttinger Universität, die vier neue Mitarbeiter einstellen konnte, schienen die Voraussetzungen ideal. Mehr als 100000 Absolventen zählt die Traditionshochschule, viele von ihnen befinden sich heute in führenden Positionen. Jeder geschenkte Euro kommt der Forschung und Lehre zudem direkt zugute: Anders als die meisten deutschen Universitäten ist Göttingen kein Staatsbetrieb mehr, sondern eine Stiftungshochschule.

Ein Jahr später ist an der Georgia Augusta Ernüchterung eingeleitet. Zwei von vier Fundraisern haben Göttingen im Streit mit der Hochschulleitung verlassen – man wirft sich gegenseitig Dilettantismus vor. Für das erste Projekt, die Renovierung des historischen Karzers der Hochschule, sind bislang gerade einmal 20000 Euro zusammengekommen. "Es gibt in Deutschland weder in der Universität noch außerhalb eine Spendenkultur", klagt die Göttinger Vizepräsidentin Doris Lemmermöhle. Das gilt besonders für die Ehemaligen, auf die viele Hochschulen ihre Hoffnung setzen. Als die Göttinger einige ihrer vermögenden Absolventen direkt ansprachen, "reagierten nicht alle unbedingt positiv", formuliert es Lemmermöhle vorsichtig.

Wer hierzulande in überfüllten Hörsälen saß, nicht ansprechbare Professoren erlebte und in den Bibliotheken wichtige Bücher vermisste, verspürt wenig Lust, einem Alumni-Club beizutreten oder gar für seine Alma Mater zu spenden. Das ist der Unterschied zum großen Vorbild USA: Dort kümmern sich die Hochschulen wie überfürsorgliche Eltern um ihren Nachwuchs. Von der

Zimmersuche vor Semesterbeginn bis zur Jobsuche nach dem Examen stehen den Studenten Heerscharen von Beratern und Servicekräften zur Verfügung.

Hinzu kommen ständige Appelle ans akademische Wirgefüh. Von der Begrüßung der *freshmen* zu Studienbeginn über die jährliche Wiedersehensfeier zum Semesteranfang bis zur pompösen *graduation party* mit Freunden, Eltern und Professoren – immer heißt die Botschaft: Wir sind eine große Familie. Auch deshalb bleiben amerikanische Absolventen ihren Hochschulen ein Leben lang verbunden. Deutschen Universitäten dagegen wurden im Zuge der 68er-Bewegung mit dem Muff aus 1000 Jahren auch alle akademischen Riten und Traditionen ausgetrieben.

Mittlerweile hat sich hierzulande schon vieles verändert. Diplomurkunden werden längst nicht mehr anonym per Post verschickt, und viele Rektoren begrüßen ihre Erstsemester in einer Feierstunde. Und plötzlich erinnern sich die Universitäten nach Jahrzehnten des Desinteresses auch wieder an ihre ehemaligen Studenten, die nun würdig "Alumni" genannt werden. Die Freiburger Universität, führend auf diesem Feld, hat in mühevoller Arbeit Kontakt zu 55000 Ehemaligen aufgenommen, um bei ihnen um Sympathie für ihre alte Hochschule zu werben.

Wer in Freiburg studiert hat, kann sich zum Beispiel mit ehemaligen Kommilitonen zum Konzert oder wissenschaftlichen Vortrag treffen, organisiert von der Universität. "Um Geld haben wir bislang niemals gefragt", sagt Pressesprecher Rudolf-Werner Dreier. Das soll nun anders werden. Anlässlich der 550-Jahr-Feier der Universität hat die Hochschulleitung eine "Capital Campaign" gestartet. Bis zum Jubeljahr 2007 solle ein "mehrstelliger Millionenbetrag" zusammenkommen, sagt Dreier. Drei Fundraiser wurden dafür eingestellt.

Die Freie Universität Berlin, 1948 mit Hilfe der Amerikaner gegründet, setzt auf die USA. Einmal im Jahr veranstalten die amerikanischen FU-Alumni ein Galadiner mit prominenten Rednern in New York. Wer zum Beispiel im März kommenden Jahres dabei sein will, wenn Bill Clinton spricht, muss zahlen. Bis zu 50000 Dollar kostet ein Tisch.

Die Spendensammler der Universität Mannheim nutzen dagegen die wirtschaftswissenschaftliche Ausrichtung ihrer Hochschule. Mit Geldern von Mäzenen und Unternehmen konnten 15 Hörsäle renoviert und eine neue Universitätsbibliothek errichtet werden.

Noch stärker profitieren Deutschlands private Hochschulen von Zuwendungen aus Unternehmen und Stiftungen. So warben im Jahr 2003 die acht Fundraiser der Universität Witten/Herdecke 11,6 Millionen Euro ein. Die Hauptgönner der Hochschule finden ihren Namen in der Eingangshalle verewigt. "Selbst

Professoren gehen bei uns mit zu Spendenterminen", sagt die Wittener Fundraiserin Cornelia Kliment.

Spender und Sponsoren finanzieren rund ein Drittel des Wittener Etats – für die großen staatlichen Hochschulen wären schon fünf Prozent ein großer Erfolg. Zehn bis zwanzig Millionen Euro stünden ihnen dann zusätzlich zur Verfügung: für Begabtenstipendien, technische Geräte, Gehaltsaufschläge für Spitzenprofessoren. Für den Wettbewerb um den Titel der besten deutschen Universität könnte dieses Geld entscheidend sein. "*Charity buys excellence*", heißt es in Großbritannien, mit Wohltätigkeit erkaufte man sich Spitzenleistung. Mary Blair, oberste Fundraiserin an der London School of Economics, räumt zwar ein, dass private Spenden in Europa niemals staatliche Gelder ersetzen können. "Aber sie können aus einer guten Einrichtung eine exzellente machen."