

Fundraising Akademie. *Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Instrumente.* Wiesbaden: Gabler, 2003. xvi + 1351 S. EUR 114.00 (cloth), ISBN 978-3-409-21672-2.



Reviewed by Christian Baier (Dipl. Soz-Päd)

Published on H-Dritter-Sektor (September, 2004)

Das Buch, *Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Instrumente*, erschien 2001 zum ersten Mal. Bereits 2003 ist eine aktualisierte zweite Auflage des mit ca. 1400 Seiten sehr umfassenden Werkes zu erhalten.

Die Publikation erschien vor dem bekannten Bild der Abnahme öffentlicher Zuwendungen für gemeinnützige Einrichtungen bei gleichzeitig zunehmenden Aktivitäten auf dem Markt der privaten Mittelerwirtschaftung. Der ‚Fundraiser‘ erhält verstärkte Bedeutung und entsprechend ist es nur folgerichtig, dass mittlerweile der Ausbildungsgang ‚Fundraising‘ von der Fundraising Akademie im zweiten Durchlauf angeboten wird. Für diesen Lehrgang wird das vorliegende Handbuch zu Grunde gelegt. Entsprechend ausgedehnt ist die Themenstellung, die zwischen theoretischen Grundlagen und konkreten Praxistipps eigentlich alles bietet, was für Fundraiser organisationsintern und -extern interessant sein könnte.

Über 60 Autoren haben an dieser Publikation mitgeschrieben. Trotzdem ist sie – von einigen Wiederholungen abgesehen – übersichtlich gestaltet und weitestgehend spannend zu lesen. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit hier die Kapitel im Überblick:

* Grundlagen (geschichtliche und kulturelle Kontexte, ethische Grundlagen, Anforderungsprofil, ...)

* Bereiche, Zielgruppen und Beteiligte (Fundraisingmärkte, unterschiedliche Geldgeber, ...)

* Organisation (professionelle Anforderungen, Büroorganisation, Adress- und Datenbanken, ...)

* Strategien des FR (Strategieentwicklung und Durchführung, Planung, Praxisbeispiel)

* Medien (Textgestaltung, Printmedien, elektronische Medien, ...)

* Praxis des FR (Sammlungen, Mailings, Erbschaftsmarketing, Zuschüsse, ...)

* Finanzen (Kostenrechnung, Jahreswirtschaftsplan, Rechnungslegung, ...)

* Recht (Organisationsrecht, Gemeinnützigkeitsrecht, Wettbewerbsrecht, Erbrecht, ...)

* Anhang (Checklisten, die vorher behandelte Zusammenhänge wieder aufgreifen, Adressen, ...)

Die im Vorwort selbstformulierte Aufgabe, ein Lehrbuch für Fundraising zu schreiben, wurde aus mehreren Gründen durchaus erfüllt: Erstens verbindet es auf eine angenehme Weise Theorie und Praxis zu einem reflektierten Arbeiten, von dem beide ‚Seiten‘ profitieren. Zweitens sind die Kapitel meistens in nachvollziehbaren

GrÃ¼Ãen gestaltet, die einerseits einen Ãberblick Ãber das entsprechende Thema bieten, andererseits hÃufig zum Weiterdenken (und auch ÃberprÃfen der eigenen Praxis) anregen. Die direkt anschlieÃende Literaturliste bei einigen Themen ist dann sehr hilfreich fÃr die Vertiefung der Sachverhalte. Es wÃre schÃn, wenn dieser ‚Service‘ alle Kapitel abrunden und insgesamt mehr mit Schaubildern und Grafiken, nicht nur mit Tabellen, gearbeitet wÃrde. Durch die Checklisten im Anhang, die auf die Fragestellungen der Kapitel zurÃckgreifen (z.B. gibt es die Checkliste des ‚sechs-Phasen-Modells‘, das als Kommunikationskonzept intensiv erlÃutert wird) entsteht ein zusÃtzlicher praktischer Nutzen fÃr denjenigen, der eigene VorgÃnge ÃberprÃfen will und dazu ‚nur‘ die entsprechenden Essenzen benÃtigt.

Das Buch erreicht seine Grenzen wenn mÃgliche WiderstÃnde gegen ein Fundraisingkonzept z.B. in einer gemeinnÃtzigen Organisation zu Ãberwinden sind. Dabei kommen diese in der Praxis weiterhin nicht selten vor. Notwendige VerÃnderungen im Management beunruhigen die Mitarbeiter; der GeschÃftsfÃhrer weigert sich, in diesen Richtungen zu denken, weil es die letzten 25 Jahre auch „so“ geklappt hat; Angestellte im sozialen Bereich wollen lieber „etwas Sinnvolles“ machen, als sich mit der Finan-

zierung ihrer ArbeitsplÃtze zu befassen. Auch wenn diese Darstellung mÃglicherweise etwas polarisiert, zeigt sie doch regelmÃÃig wiederkehrende WiderstÃnde bei VerÃnderungen, wie z.B. beim zielgerichteten Fundraising. Hier gehen die Autoren berechtigterweise von der Ideallinie aus (Fundraising muss bei der GeschÃftsfÃhrung angesiedelt und in der gesamten Organisation verwurzelt sein etc.); wie man allerdings dorthin kommt, bleibt eine offene Frage. Sicher wÃrde es den Umfang dieser Publikation sprengen, Tips und UnterstÃtzung in dieser Richtung wÃren aber insbesondere fÃr die Praxis hilfreich.

Die Gesamtkonzeption machen dieses Buch lesenswert weit Ãber den Kreis der Studierenden und/oder praktischen Fundraiser hinaus in beide Richtungen: sowohl fÃr Studierende angrenzender Fachrichtungen (z.B. Sozial- oder Geisteswissenschaftler) als auch fÃr allgemein interessierte Praktiker in den Bereichen FÃhrung / Organisation / QualitÃtsmanagement gemeinnÃtziger Organisationen. Der hohe Preis von 114,- Euro ist zum einen inhaltlich gerechtfertigt, aber auch zu Recht fÃr diejenigen abschreckend, die das Thema in dieser AusfÃhrlichkeit und Spezialisierung weder behandeln kÃnnen, noch wollen.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://www.dritter-sektor.de/>

Citation: Christian Baier. Review of Akademie, Fundraising, *Fundraising: Handbuch fÃr Grundlagen, Strategien und Instrumente*. H-Dritter-Sektor, H-Net Reviews. September, 2004.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=9766>

Copyright © 2004 by H-Net, all rights reserved. H-Net permits the redistribution and reprinting of this work for nonprofit, educational purposes, with full and accurate attribution to the author, web location, date of publication, originating list, and H-Net: Humanities & Social Sciences Online. For any other proposed use, contact the Reviews editorial staff at hbooks@mail.h-net.org.