



Fundraising Akademie. *Fundraising: Handbuch fÃ¼r 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-PÃ¶fÃ¤d)

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

Das Buch, *Fundraising: Handbuch fÃ¼r 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 Ã¶ffentlicher Zuwendungen fÃ¼r gemeinnÃ¼tzige Einrichtungen bei gleichzeitig zunehmenden AktivitÃ¤ten auf dem Markt der privaten Mittelerwirtschaftung. Der ‚Fundraiser‘ erhÃ¶lt verstÃ¤rkte Bedeutung und entsprechend ist es nur folgerichtig, dass mittlerweile der Ausbildungsgang ‚Fundraising‘ von der Fundraising Akademie im zweiten Durchlauf angeboten wird. FÃ¼r 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 fÃ¼r Fundraiser organisationsintern und -extern interessant sein kÃ¶nnte.

Ãber 60 Autoren haben an dieser Publikation mitgeschrieben. Trotzdem ist sie – von einigen Wiederholungen abgesehen – Ã¼bersichtlich gestaltet und weitestgehend spannend zu lesen. Ohne Anspruch auf VollstÃ¤ndigkeit hier die Kapitel im Ãberblick:

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

* Bereiche, Zielgruppen und Beteiligte (FundraisingsmÃ¶rkte, unterschiedliche Geldgeber, ...)

* Organisation (professionelle Anforderungen, BÃ¼roorganisation, Adress- und Datenbanken, ...)

* Strategien des FR (Strategieentwicklung und DurchfÃ¼hrung, Planung, Praxisbeispiel)

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

* Praxis des FR (Sammlungen, Mailings, Erbschaftsmarketing, ZuschÃ¼sse, ...)

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

* Recht (Organisationsrecht, GemeinnÃ¼tzigkeitsrecht, Wettbewerbsrecht, Erbrecht, ...)

* Anhang (Checklisten, die vorher behandelte ZusammenhÃ¤nge wieder aufgreifen, Adressen, ...)

Die im Vorwort selbstformulierte Aufgabe, ein Lehrbuch fÃ¼r Fundraising zu schreiben, wurde aus mehreren GrÃ¼nden durchaus erfÃ¼llt: 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

GrÄ¶ßen gestaltet, die einerseits einen Äberblick Äber das entsprechende Thema bieten, andererseits hÄufig zum Weiterdenken (und auch ÄberprÄfen der eigenen Praxis) anregen. Die direkt anschlieÄende Literaturliste bei einigen Themen ist dann sehr hilfreich fÄr die Vertiefung der Sachverhalte. Es wÄre schÄn, wenn dieser ‚Service‘ alle Kapitel abrunden und insgesamt mehr mit Schaubildern und Grafiken, nicht nur mit Tabellen, gearbeitet wÄrde. Durch die Checklisten im Anhang, die auf die Fragestellungen der Kapitel zurÄckgreifen (z.B. gibt es die Checkliste des ‚sechs-Phasen-Modells‘, das als Kommunikationskonzept intensiv erläutert wird) entsteht ein zusätzlicher praktischer Nutzen fÄr denjenigen, der eigene VorgÄnge ÄberprÄfen will und dazu ‚nur‘ die entsprechenden Essenzen benÄtigt.

Das Buch erreicht seine Grenzen wenn mÄgliche WiderstÄnde gegen ein Fundraisingkonzept z.B. in einer gemeinnÄtzigen Organisation zu Äberwinden sind. Dabei kommen diese in der Praxis weiterhin nicht selten vor. Notwendige VerÄnderungen im Management beunruhigen die Mitarbeiter; der GeschÄftsfÄhrer 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 Arbeitsplätze zu befassen. Auch wenn diese Darstellung mÄglicherweise etwas polarisiert, zeigt sie doch regelmÄig wiederkehrende WiderstÄnde bei VerÄnderungen, wie z.B. beim zielgerichteten Fundraising. Hier gehen die Autoren berechtigterweise von der Ideallinie aus (Fundraising muss bei der GeschÄftsfÄhrung angesiedelt und in der gesamten Organisation verwurzelt sein etc.); wie man allerdings dorthin kommt, bleibt eine offene Frage. Sicher wÄrde es den Umfang diese Publikation sprengen, Tips und UnterstÄtzung in dieser Richtung wÄren aber insbesondere fÄr die Praxis hilfreich.

Die Gesamtkonzeption machen dieses Buch lesenswert weit Äber den Kreis der Studierenden und/oder praktischen Fundraiser hinaus in beide Richtungen: sowohl fÄr Studierende angrenzender Fachrichtungen (z.B. Sozial- oder Geisteswissenschaftler) als auch fÄr allgemein interessierte Praktiker in den Bereichen FÄhrung / Organisation / Qualitätsmanagement gemeinnÄtziger Organisationen. Der hohe Preis von 114,- Euro ist zum einen inhaltlich gerechtfertigt, aber auch zu Recht fÄr diejenigen abschreckend, die das Thema in dieser AusfÄhrlichkeit und Spezialisierung weder behandeln kÄnnen, 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 fÖr 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.