

Inhaltsverzeichnis

Einführung

| | |
|--|---|
| <i>Bernd Helmig, Yvonne Dorf, Cornelia Kliment</i> | 9 |
|--|---|

Teil 1: Grundlagen

| | |
|---|----|
| Der DHV-HRK-Fundraising-Kongress und sein Vorläufer, der „Bildungstag“ <i>Cornelia Kliment</i> (Deutscher Hochschulverband) | 15 |
| Der D-A-CH-Hochschul-Fundraisingpreis als Motivator des Hochschul-Fundraisings im deutschsprachigen Raum <i>Guido Benzler, Valentine Ryhsen</i> (rheform – Entwicklungs-Management GmbH) | 29 |
| Fundraising und Hochschul-Fundraising – Grundlagen, Literaturüberblick und Erfolgsfaktoren <i>Bernd Helmig, Maren Rottler</i> (Universität Mannheim) | 41 |

Teil 2: Ganzheitliche Fundraising-Konzepte

| | |
|---|-----|
| Das Hochschul-Fundraising der TU München <i>Thomas F. Hofmann, Frank Frieß</i> | 81 |
| Das Modell der Stiftungsuniversität als Treiber für ein innovatives Fundraising an der Universität zu Lübeck <i>Gabriele Gillessen-Kaesbach, Ulf Hansen, Julia Figge</i> | 97 |
| Aus der Praxis: Von der Salzsteuer zu bürgerlichem Engagement – Förderkreis und Stiftung der Universität Innsbruck <i>Daniela Gruber, Uli Rubner, Tilmann Märk</i> | 113 |
| Partnerunternehmen als Chefsache – das Fundraising-Portfolio der TU Graz für strategische Forschung und Employer Branding als nachhaltiges Erfolgsmodell <i>Christoph Adametz, Horst Bischof, Harald Kainz</i> | 135 |

Teil 3: Stiftungs- und Erbschaftsfundraising sowie Großspenderakquisition

| | |
|---|-----|
| Vertrauen und Geduld als unabdingbare Voraussetzungen von Großspenden an der Goethe-Universität Frankfurt <i>Andreas Eckel</i> | 159 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Bildung Stiften! – Begegnung erleben – Dankbarkeit erhalten! – Hochschul-Fundraising an der Stiftung Universität Hildesheim | |
| <i>Markus F. Langer</i> | 181 |
| Die Gründung einer Stiftung für das Großspenden- und Erbschaftsfundraising einer künstlerischen Hochschule: Die Kampagne der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt am Main (HfMDK) als Best Practice-Beispiel | |
| <i>Laila Weigand</i> | 203 |
| Teil 4: Kampagnen-Fundraising | |
| Wir wollen's wissen – oder: Was es mit der blauen Brille auf sich hat – Eine partizipative Kommunikations- und Fundraising-Kampagne für das Wissenschaftsmuseum der Universität Göttingen | |
| <i>Katharina Kastendieck</i> | 221 |
| Professionelle Spenderpflege an der TU Kaiserslautern: Lebendige Dankbarkeitskultur und Markenbildung als Erfolgsfaktoren | |
| <i>Annette Mechel, Carla Sievers</i> | 237 |
| Spendengewinnung für den Neubau einer universitären Kinderklinik am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf | |
| <i>Rainer Süßenguth, Petra Gilb-Julie, Gabriele Holst</i> | 251 |
| Teil 5: Fundraising mit starkem regionalen Bezug, Netzwerkmanagement und Unternehmenskooperationen | |
| Erfolgreiches Netzwerkmanagement als Brücke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg | |
| <i>Sabine Baumgartner, Fidegnon Witte</i> | 271 |
| Aufbau und Entwicklung des Fundraisings an der htw saar | |
| <i>Dieter Leonhard, Rita Richter, Giusy Grillo</i> | 287 |
| Autorenverzeichnis | 303 |