

Inhalt

Vorwort	7
I. Einführung	11
1. Problemstellung und Zielsetzung	11
2. Forschungsdesign: Anlage und Durchführung der empirischen Untersuchung	15
II. Themenkomplex Fundraising	23
A. Private Hochschulförderung aus Sicht von Unternehmen und Stiftungen	23
1. Hochschulförderung als Teil von Corporate Social Responsibility (CSR)	23
2. Hochschulförderung im Rahmen von Corporate Cultural Responsibility (CCR)	26
3. Tendenzen und Sponsoring Trends	29
4. Ziele und Motive der Hochschulförderung	31
5. Anforderungen und Erwartungen an die Hochschulen	40
B. Fundraising aus Sicht von Hochschulen	52
1. Voraussetzungen für erfolgreiches Hochschul-Fundraising	52
1.1. Fundraising als Teil der Hochschulentwicklung	53
1.2. Institutional Readiness	61
1.3. Fundraising-Zielsetzung und geeignete Förderprojekte	69
1.4. Ressourcen und Professionalisierung	73
2. Organisationsstrukturen und Fundraising-Personal	76
3. Einnahmen aus Fundraising	81
4. Schwierigkeiten	82
5. Exkurs: Steuerrechtliche Aspekte des Hochschul-Fundraising	94
III. Themenkomplex Gender Diversity Management	103
A. Die Gender-Perspektive an Hochschulen: Gender Mainstreaming und Gleichstellungsauftrag	103

1.	Überlegungen zum Status quo der Implementierung von Gender Mainstreaming an Hochschulen	103
2.	Notwendige Voraussetzungen und Rahmenbedingungen der Implementierung von Gender Mainstreaming	105
3.	Schwierigkeiten bei der Implementierung von Gender Mainstreaming	108
4.	Mögliche Ebenen der Implementierung von Gender Mainstreaming	120
B.	Die Gender-Perspektive in Unternehmen: Managing Diversity	121
1.	Diversity-Ansatz und Ziele	121
2.	Erfolgsfaktoren und notwendige Rahmenbedingungen der Implementierung von Diversity	125
3.	Interne Vermittlungsstrategien und externe Kommunikation	131
IV.	Integration von Gender&Diversity in das Hochschul-Fundraising	135
1.	Gender Diversity Marketing – Anknüpfungspunkte für Unternehmens-Kooperationen	135
2.	Neue Märkte an potentiellen Förderern – Beispiele aus der Praxis	139
V.	Handlungsempfehlungen für Hochschulen und Politik	149
1.	Empfehlungen an die Hochschulen	149
2.	Empfehlungen an die Hochschul-Politik	154
VI.	Fazit und Ausblick	159
	Zukunftsaufgabe an Hochschulen: Koordination von zwei Change Prozessen	159
VII.	Anhang	161
1.	Interviewpartnerinnen und -partner	161
2.	Gespräche mit Expertinnen und Experten auf Fachtagungen und Fortbildungen	162
3.	Literaturverzeichnis	164
	Endnoten	174