

Die Jubiläumskampagne der Universität Freiburg als Start in ein systematisches Fundraising

Hermann Siedler, Petra Bölling, Harriet Falkenhagen

(Überarbeitete Fassung eines Vortrags im Bayerischen Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung am 4. Juni 2008)

Die erfolgreiche Durchführung der Fundraising-Kampagne zur Finanzierung des 550. Jubiläums der Universität Freiburg zeigt, dass ein besonderer Anlass ein sehr guter Start für die Implementierung eines zentralen Hochschul-Fundraisings sein kann. Die Ausgangssituation bringt eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich. Ein Universitätsjubiläum ist eine gute Grundlage, um einen klaren Auftrag mit einem festen Ziel zu umreißen. Hinzu kommt, dass ein solches gemeinsam begangenes, öffentlichkeitswirksames Ereignis eine große Bindewirkung nach innen und außen entfaltet. Zweifellos gibt es aber auch Nachteile: Den extrem hohen Zeitdruck, den sehr hohen Akquisedruck und die hohe Arbeitsbelastung. Dennoch wiegen – so zeigt zumindest unsere Erfahrung – die oben genannten Vorteile diese Nachteile bei Weitem auf.

1 Das 550. Jubiläum: ein kurzer Überblick

Im Jahr 2007 feierte die Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg ihr 550. Jubiläum mit einem umfangreichen Wissenschafts-, Kultur- und Unterhaltungsprogramm. Mit den Jubiläumsaktivitäten wurden dabei von Anfang an über den Anlass weit hinaus reichende Ziele verfolgt. Es ging der Universitätsleitung um eine Positionierung der Albertina im Wettbewerb der Hochschulen, um eine weitere Öffnung der Universität hin zu Stadt, Wirtschaft und Bürgerschaft sowie allgemein um die Stärkung der „Corporate Identity“. Nicht zuletzt gehörte auch die Etablierung eines zentralen und professionellen Fundraisings zu den wichtigen strukturellen Zielen der Universität, für die das Jubiläumsjahr 2007 eine angemessene Startposition schaffen sollte.

Abbildung 1: Jubiläumslogo



Um diesen Aufbruch zu symbolisieren, wurde das Jubiläum durch ein eigenes Logo visualisiert. Dynamik, Vitalität, Vernetzung und gegenseitige Durchdringung der Disziplinen, aber auch Öffnung nach außen sind Eigenschaften, welche die moderne Universität auszeichnen und durch die bewegten Pfeile zum Ausdruck gebracht wurden; wesentliche Werte des universitären Alltags wie Geist, Wissen, Intuition, Erfindungsgabe in Forschung, Lehre und Bildung spiegeln sich in der Andeutung eines Gehirns. Der Anlass des Ereignisses – 550 Jahre Albert-Ludwigs-Universität – erschließt sich dem aufmerksamen Betrachter aus dem Gesamtbild der bewegten Pfeile.

Als Jubiläumsmotto wählte man den Slogan „Freiburg – wir sind die Universität“. Stadt und Universität sind seit Jahrhunderten eng miteinander verbunden. Beide profitieren voneinander, wenn es um die Attraktivität des Standorts geht. Die englische Version „Bright Minds for a Better World“ setzt einen etwas anderen Akzent: Die besten Köpfe aus der ganzen Welt sollen an unserer Universität lehren, forschen und lernen. Die Jubiläumsbotschaft schließlich lautete: „Die Albert-Ludwigs-Universität Freiburg versteht Bildung als fundamentalen, gesellschaftlichen Auftrag und vermittelt auf dieser Grundlage ein interdisziplinäres Wissen, methodische Kompetenz und praxisorientierte Qualifikationen. National und international vernetzt bietet sie ihren Mitgliedern die Chance, mit Freude und Erfolg zu lernen, zu forschen und zu lehren und so den gesellschaftlichen Wandel verantwortlich mit zu gestalten. Dabei ist Exzellenz in Wissenschaft und Praxis die zentrale Leitlinie der Universität.“

2 Das Programm

Beim Veranstaltungskonzept erwies sich eine Mischung aus wissenschaftlichen Veranstaltungen und einem Kultur- und Unterhaltungsprogramm – auch als Kombination beider Elemente – als sehr erfolgreich. Auf diese Weise konnten unterschiedliche Zielgruppen angesprochen und einbezogen werden.

Dabei wurde das sogenannte wissenschaftliche Kernprogramm von den Instituten und Einrichtungen der Universität gestaltet. Eine eigens eingerichtete Fakultätskommission wählte aus über 120 eingereichten Vorschlägen mehr als 40 Veranstaltungen und Projekte der Fakultäten, der Studierenden und der zentralen Einrichtungen (Universitätsbibliothek, Personalrat, Gleichstellungsbüro etc.) aus. Auswahlkriterien hierfür waren unter anderem wissenschaftliche Exzellenz, die Einbindung von Studierenden, Öffentlichkeitswirksamkeit und Medienrelevanz. Zwei Beispiele mögen dazu an dieser Stelle genügen: Große Resonanz erhielt das „Forum der Religionen“ der Theologischen Fakultät, welches interessierten Bürgern und Universitätsmitgliedern ermöglichte, die Religionshäuser Münster, Moschee und Synagoge in Freiburg zu besuchen. Die Begehungen wurden wissenschaftlich begleitet durch Podiumsdiskussionen und Vorträge von renommierten Referenten und Religionsvertretern. Sehr gut angenommen wurde auch das Gartenfest der Biologie: Unter dem Motto „Von der Schlingpflanze zur genetischen Heilpflanze“ fand im Sommer ein Gartenfest für alle interessierten Bürger mit Führungen durch den Botanischen Garten, Präsentationen der Gewächshäuser und der Zoologischen Sammlung sowie Beratungen für „Hobbygärtner“ statt, begleitet durch kulinarische Angebote wie exotische Cocktails und musikalische Attraktionen.

Das hochschulübergreifende Rahmenprogramm dagegen lag in der Verantwortung des Rektorats. Es ergänzte die Aktivitäten der Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sowie der Studierenden um besonders große, integrative und medienwirksame Veranstaltungen, wie nachstehende Abbildung illustriert:

Abbildung 2: Rahmenprogramm

Rahmenprogramm Jubiläum 2007				
Januar	April	Juli	September	November
Eröffnungskonzert	Internationale Umwelttage	Festwoche mit Festakt	Zukunftskongress	Jubiläumskonzert

Eröffnet wurde das Jubiläumsjahr mit einem Konzert des akademischen Orchesters am 31. Januar. Die Umwelttage vom 12. bis 14. April bildeten den ersten wissenschaftlichen Höhepunkt des Rahmenprogramms. Als prominente Redner traten hier neben der baden-württembergischen Umweltministerin Tanja Gönner unter anderem der ehemalige Bundesumweltminister und ehemalige Direktor des UN-Umweltprogramms Prof. Dr. Klaus Töpfer, der Astronaut Dr. Ulf Merbold sowie die Trägerin des alternativen Nobelpreises Dr. Vandana Shiva auf. In die Umwelttage integriert war das von Studierenden organisierte „Freiburg Forum on Environmental Governance“, das den jungen Veranstalterinnen und Veranstaltern die Möglichkeit bot, wichtige Praxiserfahrungen im Bereich Gestaltung, Konzeption und Organisation eines großen internationalen Kongresses zu gewinnen.

Die Festwoche vom 6. bis 14. Juli stellte einen Höhepunkt der Feierlichkeiten dar. Das Wochenende bot mit einem Gala-Dinner, dem Festakt mit viel Politprominenz (es sprachen der EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso, der baden-württembergische Ministerpräsident Günther Oettinger und Bundesbildungsministerin Dr. Annette Schavan), einem glanzvollen Ball, dem Alumni-Treffen und einem Festgottesdienst unter Beteiligung des Freiburg-Alumnus Kardinal Lehmann ein dichtes und lebhaft wahrgenommenes Programm. Bei der anschließenden Wissenschaftsmeile mit Kunst und Kultur auf einem zentralen Platz der Universität und dem in Teilen gesperrten Innenstadtring hatten die Bürgerinnen und Bürger der Region die Möglichkeit, sich an zahlreichen Ständen sowie über diverse Auf- und Vorführungen über „ihre“ Universität zu informieren. Konzerte, künstlerische und sportliche Auftritte – von Theater- und Tanzgruppen bis hin zum Beach-Volleyballturnier – rundeten das Programm der von ca. 80.000 Besuchern besuchten Wissenschaftsmeile ab. Das Universitätssommerfest für Studierende, Beschäftigte und Bürger beschloss am 14. Juli die Festwoche.

Im September folgte unter dem Titel „Das Humboldt-Labor“ ein weiterer inhaltlicher Höhepunkt des Jubiläumsjahrs. Prominente Redner wie Prof. Dr. Birger Priddat (jetzt Präsident der privaten Universität Witten-Herdecke) oder Prof. Dr. h.c. Ludwig Georg Braun, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertags, gaben bei einem eininhalbtägigen Kongress markante Impulse für eine lebhafte Diskussion zur Zukunft der europäischen Traditionsuniversität. Unter Anwendung neuester Protokoll- und Präsentationstechniken initiierte die Universität einen Dialog mit ihren unterschiedlichen Akteuren, aber auch externen Vertretern aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft.

Den feierlichen Abschluss des Rahmenprogramms bildete schließlich die Uraufführung des oratorischen Werkes „Quid est deus?“, das Wolfgang Rihm, Alumnus der Universität

und einer der profiliertesten zeitgenössischen Komponisten, seiner Alma Mater widmete. Insgesamt konnte die Universität am Ende des Jahres 2007 auf 295 Jubiläumsveranstaltungen mit über 175.000 Teilnehmern zurückblicken. Mehr Informationen finden sich unter www.jubilaem.uni-freiburg.de.

3 Auftrag und Struktur

Die Aufgabe des Teams Hochschulförderung bestand zunächst in der Finanzierung der Programmkosten des 550. Universitätsjubiläums im Jahre 2007. Zu diesem Zweck nahm die dreiköpfige Fundraising-Abteilung im Dezember 2005 ihre Arbeit auf. Es galt, ein Konzept zur Refinanzierung der Programmkosten des Jubiläums zu entwickeln und sofort – innerhalb eines Jahres – operativ umzusetzen; der Zeitplan war also denkbar eng. Innerhalb von vier Wochen erstellte das Team das Fundraising-Konzept, weitere vier Wochen nahm die Abstimmung des Konzepts mit der Universitätsleitung in Anspruch. Dann begann die unmittelbare Umsetzung.

Mit diesen Finanzierungsbemühungen einher – zugleich aber über das unmittelbare monetäre Ziel hinaus – ging das Bemühen, langfristig tragende und erfolgreiche Beziehungen der Universität zu Unternehmen, Alumni und weiteren Privatpersonen im Hinblick auf zukünftige Kooperationen aufzubauen bzw. weiter zu pflegen; so sollte der Weg der Universität Freiburg in ein zentrales Fundraising vorbereitet werden. Aber auch das Knüpfen inneruniversitärer Kontakte und das Anbahnen erster Schritte für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Fakultäten zählten zu den Aufgaben des neu eingestellten Teams Hochschulförderung.

Dieses konnte glücklicherweise auf grundlegende Vorarbeiten aufbauen: Organisations- und Gremienstruktur waren bereits fest etabliert, die Leitung der Stabsstelle Jubiläum 2007 und das Amt des Jubiläumspräsidenten waren vergeben, das Kuratorium zum Jubiläum hochkarätig mit Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Medien und Politik besetzt. Die Aufgaben des Kuratoriums lagen vor allem in der Begleitung der inhaltlichen Jubiläumskonzeption sowie in der Unterstützung der wichtigen Finanzierungsfragen. Ergänzend dazu unterstützte das Jubiläumskomitee – mit Vertreterinnen und Vertretern städtischer und regionaler Institutionen einschließlich der Polizei und des Studentenwerks – die Universität mit großem Einsatz und Erfolg bei Fragen der operativen Umsetzung – von Sicherheitserwägungen bis hin zu Aspekten der Flächennutzung und Verkehrsführung.

4 Alumni

In diesem Zusammenhang muss die seit Jahren auf hohem Niveau betreute Alumni-Arbeit der Universität Freiburg erwähnt werden. Die Mitarbeiter des Alumni-Büros sind Ansprechpartner für ehemalige Studierende aller Fakultäten, aller Nationalitäten und aller Generationen; auch Professoren, Emeriti und Mitarbeiter der Universität zählen zum Kreis der Alumni. Das Büro hat es sich zum Ziel gesetzt, mit den rund 250.000 ehemaligen Studierenden der Universität durch „Fundraising“ ein weltweites Netzwerk aufzubauen. Inzwischen wurden nicht nur bundes- sondern auch weltweit Alumni-Clubs gegründet – z. B. in Argentinien, China, Costa Rica, Japan, Kamerun, Korea und Taiwan; weitere Clubs in Brasilien, den USA und in der Türkei werden aktuell aufgebaut. Die Universität Freiburg verfügt durch diese Aktivitäten inzwischen über einen außergewöhnlich großen Datenbestand. Bei der Alumni-Arbeit der Universität Freiburg steht die Beziehungspflege im Vordergrund; finanzielle Erfolge sind demgegenüber sekundär. Dieses „Fundraising“ bildete eine weitere gute Grundlage für den lebhaften Besuch der Jubiläumsaktivitäten und unterstützte indirekt auch das Jubiläums-Fundraising.

5 Vorgehen

Angesichts der hohen Refinanzierungserwartungen und des knappen Zeitkorridors hatte sich die Universitätsleitung auf Vorschlag des Fundraising-Teams dazu entschlossen, sich bei der Jubiläumskampagne auf die Gewinnung hoher Fördersummen zu konzentrieren. Damit war auch klar, dass die Mittel schwerpunktmäßig durch Sponsoring mit eindeutig definierten Leistungs- und Gegenleistungspaketen eingeworben werden mussten. Die Akquise bei Unternehmen und Kreditinstituten bildete deshalb den Schwerpunkt unserer Arbeit. Eine klare Aufteilung in Premium-, Haupt- und Projektsponsoren wurde rasch erarbeitet und stringent umgesetzt.

Für die erstgenannte Gruppe der Premium- und Hauptsponsoren wurde jeweils ein Sponsoring-Paket erstellt, welches die Präsenz der Unternehmen während des gesamten Jubiläumjahres und bei allen Jubiläumsveranstaltungen garantierte. Die Teilnahme an exklusiven Veranstaltungen wie auch die mündliche Erwähnung in hochkarätig besetzten Veranstaltungen gehörten ebenso zu diesem Leistungspaket wie die klassische Abbildung der Logos in entsprechender Größe auf Publikationen, im Internet und auf Sponsorenwänden. Die Projektsponsoren waren, im Gegensatz dazu, an einzelne Projekte des Rahmenprogramms gebunden (z. B. das Eröffnungskonzert) und wurden dementsprechend als Partner für eine bestimmte Veranstaltung gewonnen. Innerhalb eines jeden Projekt-

Sponsorships wurden jeweils zwei bis drei Preis-Kategorien entwickelt. So wurden bei den Gesprächen mit interessierten Unternehmen einerseits zielgruppenadäquate Veranstaltungen vorgestellt, gleichzeitig bestand eine ausreichende Wahlmöglichkeit bezüglich des Preissegments. Über die auf diese Weise erzielten Sponsoring-Einnahmen hinaus wurden – wenn auch in deutlich geringerem Maße – Spenden von Firmen und Privatmäzenen gewonnen.

Das Team konzentrierte sich bei dem geschilderten Vorgehen fast ausschließlich auf Face-to-face-Ansprachen; jede Form von „Kaltakquise“ wurde bewusst vermieden. Im Rahmen einer Umfeldanalyse der bereits bestehenden Kontakte des Rektorats konnten potentiell interessierte Personen und Unternehmen identifiziert werden. Wertvolle Verbindungen ergaben sich außerdem aus den zahlreichen Gesprächen mit den Mitgliedern des Jubiläumskuratoriums, des Rektorats sowie des Jubiläumskomitees. Durch ihre Kontaktempfehlungen, ihre umfassende und engagierte Fürsprache wurden dem Team Hochschulförderung zahlreiche Kontakte eröffnet.

Bei der operativen Umsetzung und konkreten Ausarbeitung der Sponsorverträge und der jeweiligen steuerlichen Beurteilung konnte dankenswerterweise intensiv mit den anderen Fachabteilungen der Universität zusammengearbeitet werden. Sowohl die Justiziarin der Universität als auch die Abteilungsleiterin Stiftungsverwaltung/Steuern waren dabei eine große Hilfe.

Die besonders enge und unkomplizierte Zusammenarbeit mit den Projektmanagern des Jubiläums erleichterte später auch die Umsetzung der diversen Gegenleistungen, die wir den Sponsoren – beispielsweise auf den zahlreichen Jubiläumspublikationen – vertraglich zugesichert hatten. Das Zusammenführen der Projektmanager bzw. -managerinnen und Fundraiser bzw. Fundraiserinnen in einer gemeinsamen Stabsstelle Jubiläum war sicher eine sinnvolle Entscheidung, die viel zur Entstehung von echtem Teamgeist beigetragen hat.

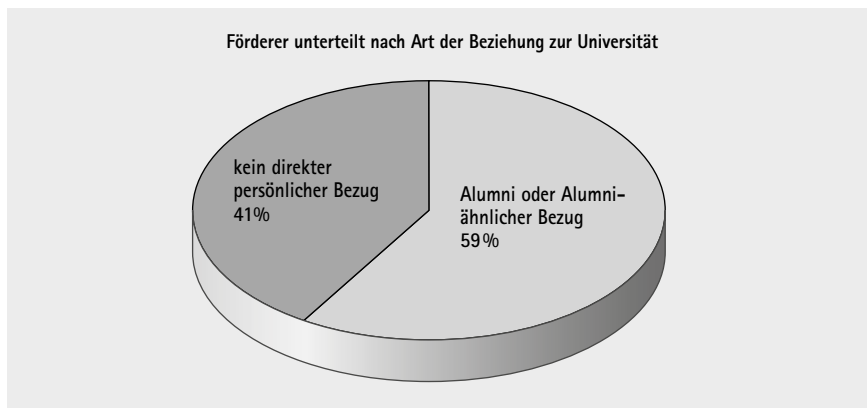
6 Ergebnis

Die Programmkosten des Jubiläums in Höhe von 1,8 Millionen Euro konnten vollständig refinanziert werden. Die internen Zielvorgaben wurden damit übertroffen. Das Jubiläum wurde vor allem durch den regionalen Mittelstand getragen, der die Universität großartig unterstützt hat. Diese Tendenz verdeutlicht auch die Aufteilung der drei Hauptsponsoren: Neben MLP, dem national bekannten Finanzdienstleister mit der Hauptzielgruppe

Akademiker, konnten die Sparkasse Freiburg – Nördlicher Breisgau und die Badenova, der regionale Energieversorger, gewonnen werden. Insgesamt haben über 100 Unternehmen und Privatpersonen das Jubiläum unterstützt. Die Fülle dieser Engagements war für die Universität ein wichtiges und zukunftsweisendes Signal und hat ihre Bemühungen, das Jubiläum auch als Impuls für die Öffnung hin zu Wirtschaft und Bürgerschaft zu nutzen, eindrucksvoll bestätigt. Zusammengefasst lassen sich die Ergebnisse der Fundraising-Kampagne für das Jubiläum wie folgt skizzieren:

1. Die Universität Freiburg erfuhr große Unterstützung durch regionale und lokale Firmen sowie von Privatpersonen, zu denen sie seit Jahren eine enge Beziehung pflegt.
2. Deutlich verhaltener war dagegen das Engagement großer nationaler oder gar internationaler Firmen.
3. Obwohl sich die Jubiläumskampagne hauptsächlich auf Sponsoring mit dem ihm eigenen, klar definierten Wechselspiel von Leistung und Gegenleistung stützte, ist für die Mehrheit der Förderer ein persönlicher Bezug zur Universität Freiburg festzustellen: Wie das folgende Schaubild verdeutlicht, sind 59 Prozent von ihnen entweder Alumni oder pflegen eine ähnliche emotionale Bindung zur Universität Freiburg. Ferner ist zu beobachten, dass Unterstützer, bei denen es sich nicht um Ehemalige etc. handelt, nahezu vollständig einen regionalen Bezug zur Universität Freiburg aufweisen.

Abbildung 3: Verteilung der Förderer



7 Erfolgsfaktoren

Die Erfolgsfaktoren der Fundraising-Kampagne lassen sich recht eindeutig identifizieren: Zum einen ist die Konstruktion als Stabsstelle des Rektors für ein erfolgreiches Fundraising sehr wichtig, denn von der engen Anbindung an den Leiter der Universität geht ein wichtiges Signal an alle Beteiligten aus. Die Nähe zum Rektor stärkt die Verhandlungsposition eines Fundraisers oder einer Fundraiserin ganz erheblich. Die Bereitschaft der Universitätsleitung, das Team Hochschulförderung bei der Akquise zu unterstützen, zog sich wie ein roter Faden durch das gesamte Jubiläum. Dies zeigte sich zum Beispiel in Budgetfragen, aber auch bei der Erwähnung von Sponsoren und Spendern bei offiziellen Anlässen und in öffentlichen Reden. Ein großes Vertrauen in das Team und das Engagement der Führungskräfte, Sponsoren, wenn nötig, auch persönlich anzusprechen, zeichneten die Universitätsleitung aus. Dieses vertrauensvolle Verhältnis und der regelmäßige Austausch sind unserer Überzeugung nach grundlegende Voraussetzungen für das erfolgreiche Jubiläums-Fundraising gewesen.

Vor allem sind in diesem Zusammenhang zwei Faktoren in ihrer Bedeutung kaum zu überschätzen:

1. Fundraising wird von Personen getragen und ist Chefsache! Die Universitätsleitung hat sich intensiv für den Erfolg des Jubiläums eingesetzt und das Fundraising-Team hervorragend unterstützt.
2. Fundraising wird von Strukturen getragen! Neben der bereits erwähnten formalen Konstruktion als Stabsstelle des Rektors, die die direkte und enge Anbindung an die Universitätsleitung gewährleistet, hat die ausreichende Personalausstattung der Fundraising-Abteilung den entscheidenden Beitrag dazu geleistet, unsere Arbeit zu einem Erfolg zu machen. Hinzu kommen die interne Unterstützung durch die Steuer- und Rechtsabteilung sowie die klare Gremienstruktur mit Jubiläumspräsident, Jubiläumskomitee und Jubiläumskuratorium.

8 Fazit und Ausblick

Die Jubiläumskampagne der Universität Freiburg beweist, dass Fundraising in Deutschland auch an staatlichen Universitäten funktionieren kann, wenn die entscheidenden Voraussetzungen vorhanden sind. Dieser Erfolg führte innerhalb der Universität Freiburg zu dem Entschluss, das zentrale Fundraising fortzusetzen und weiterzuentwickeln. Die Stellen des gesamten Teams wurden verstetigt und die Struktur als Stabsstelle des Rektors blieb

erhalten. Die Aufgaben für die nächste Zeit sind klar umrissen: Die Weiterentwicklung und die Optimierung der Datenbank werden erste wichtige Arbeitsschwerpunkte sein; Ziel ist ein leistungsfähiges, zentrales Kontaktgedächtnis mit entsprechender Dank- und Bindungssystematik für die gesamte Universität. Daneben gehört die weitere Implementierung des Fundraisings in der ganzen Universität – insbesondere eine sinnvolle Koordination von zentralem und dezentralem Fundraising (also entsprechender Aktivitäten von Fakultäten und Einrichtungen) – zu den Hauptaufgaben des Teams. Hier wird es darauf ankommen, unterschiedliche Interessen miteinander abzustimmen, statt sie gegeneinander auszuspielen, um auf diese Weise den größten Erfolg für die Universität zu erreichen. Im optimalen Fall kann die Zusammenarbeit mit unseren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern so verbessert werden, dass für alle Beteiligten ein höherer Mehrwert entsteht.

Neben diesen übergeordneten Aufgaben steht die Arbeit für die Neue Universitätsstiftung Freiburg in den nächsten Jahren im Zentrum unserer Arbeit (www.neue-universitaetsstiftung.de). Eine große Zustiftungskampagne für diese aus der Dynamik des Jubiläums heraus gegründete Stiftung steht demnach im Mittelpunkt der Fundraising-Aktivitäten der Stabsstelle Hochschulförderung. Die Neue Universitätsstiftung Freiburg soll in den folgenden Jahren zu dem zentralen Instrument bei der Beschaffung privater Förderung ausgebaut werden und sich zum entscheidenden Mittel für die Zukunfts- und Exzellenzsicherung der Universität Freiburg entwickeln. Die Chancen für eine solche Entwicklung stehen gut: Als breit angelegte Dachstiftung bietet die Stiftung die perfekte Plattform für das Zusammenführen nahezu aller denkbaren zukünftigen Aktivitäten im Bereich Stiftungen und größerer Spendenprojekte an der gesamten Universität. Dies ist umso wichtiger, als erst die Bündelung der Kräfte unter einer Dachstiftung eine nennenswerte Wirkung des Stiftungsvermögens sichert.

Die Wirkung der Stiftung und das Engagement unserer Zustifter sind dauerhaft und generationenübergreifend angelegt. Daher liegt der Fokus in erster Linie nicht auf der eher kurzfristig wirkenden Projektförderung über Spenden, sondern auf dem Aufbau eines langfristig wirkenden Kapitalstocks mittels Zustiftungen. Die zentrale Aufgabe der Neuen Universitätsstiftung liegt darin, die Exzellenz unserer Universität auszubauen und zu sichern. Sie dient der Unterstützung von Spitzenleistungen in Forschung und Lehre ebenso wie der Förderung herausragender Studierender und weiterer Vorhaben von großer strategischer Bedeutung. Auch gilt es, die Universität als Ort des freien und über reine Zweckorientierung hinausgehenden Denkens zu bewahren. Langfristig soll die Stiftung so dazu beitragen, die Position der Universität Freiburg in der Liga der besten

Universitäten weiter zu verbessern. Auf diese Weise wird also auch zukünftig ein zentrales Projekt das Team der Stabsstelle Hochschulförderung in besonderer Weise beschäftigen.

Anschrift der Verfasser:

Dr. Hermann Siedler
Petra Bölling
Harriet Falkenhagen
Stabsstelle Hochschulförderung
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Fahnenbergplatz
79085 Freiburg i. Br.
E-Mail: siedler@hsf.uni-freiburg.de
boelling@hsf.uni-freiburg.de
falkenhagen@hsf.uni-freiburg.de

Der Autor und die Autorinnen bilden seit Dezember 2005 das Team der Stabsstelle Hochschulförderung der Universität Freiburg.