

Nonprofits zwischen Bodenhaftung und der grenzenlosen Welt Sozialer Medien

Stiftungen gibt es in Deutschland seit über tausend Jahren. Dagegen sind Internet und Soziale Medien ein noch recht junges Phänomen. Nichtsdestotrotz gehen tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen auf der ganzen Welt auf sie zurück. Auch Stiftungen stellen sich diesen Entwicklungen und manche nutzen die vielfältigen Chancen. Hilfestellungen für die Entscheidung und die praktische Umsetzung bietet eine Fülle aktueller Literatur.

Wir treffen uns im Netz

Social Media sind nicht nur schon heute ein wichtiger Teil der Kommunikation – auch von Organisationen –, sie werden in Zukunft



noch an Bedeutung gewinnen. Doch sind auch sie kein Wundermittel. In 23 kurzweiligen Anekdoten beleuchten **van Rinsum** und **Zimmer** kritisch die vermeintlichen Mythen und Erfolgsgeschichten des Web 2.0 und zeigen, dass hinter den fremdartig klingenden Wörtern und Legenden häufig weniger steckt, als mancher (selbsternannter) Social Media-Experte heraufzubeschwören versucht. So müssen Marketing und Kommunikation eben nicht komplett neu erfunden werden, denn die „Interaktion auf Augenhöhe“ – ein absolutes Muss im Social Web – ist nichts anderes als das klassische Einmaleins der Kunden- bzw. Spenderbeziehung. Auch die dunklen Seiten des Web 2.0 – Seeding, gekaufte Klicks [s. Rote Seiten zu diesem Heft, S. 12] oder verdeckte Werbung – werden beleuchtet. Ein unterhaltsam geschriebenes Buch, das dabei hilft, die Potenziale von Social Media realistisch einzuschätzen.

Für einen leichten Einstieg in die praktische Kommunikation empfiehlt sich das Werk von **Hünnekens**. Wie in einem Gespräch unter guten Freunden und anhand zahlreicher netter Anekdoten aus seiner Beraterpraxis erklärt der Autor, wie Organisationen Soziale Medien erfolgreich für ihre Anliegen einsetzen können, sie den richtigen Zugang zur Community finden, nachhaltige Beziehungen aufbauen und ihre Kommunikationsbemühungen in den Weiten des www leichter auffindbar machen können. Twitter (S. 59-85) und Blogs (S. 48-59, 109-129) werden schwerpunktmäßig behandelt. Darüber hinaus finden auch Foren (S. 42-44), Newsletter (S. 45-48), Soziale Netzwerke (S. 85-94), Vlogs und Podcasting (S. 94-100) sowie Wikis (S. 102-107) ihre Berücksichtigung. Eine Übersicht über Links zu nützlichen Social Media Marketing Tools (S. 148-155) bereichern diese gerade für Einsteiger hilfreiche Lektüre. Theoretisch untermauert wird die Mediennutzung zwischen Individualität und Sozialität von dem Kommunikationsforscher **Friemel**. Er setzt bei Massenmedien als Gegenstand interpersonaler Austausches an und schließt daraus auf Dynamiken in sozialen Netzwerken, die zu komplexen Nutzungsmustern in Gruppen und Gesellschaft führen.



Ganz konkret um das Texten – das Was? und Wie? – für Soziale Medien geht es im Buch von **Calleen**. Nach einer Einführung in allgemeine Grundlagen der Kommunikation im Netz (S. 9-48) erklärt die Autorin, wie lesenswerte Texte für ausgewählte Plattformen (S. 49-156) entstehen und der Aufbau und die Interaktion mit der Community gelingt (S. 157-178). Denn eine authentische, dialogbereite und persönliche, ja freundschaftliche Kommunikation, wie sie in den Sozialen Netzwerken auch von Organisationen erwartet wird, ist zwar im privaten Umfeld normal, fällt aber im „geschäftlichen“ Kontext nicht jedem leicht. Ein ebenfalls angenehm aufbereiteter, kurzweiliger Lesestoff, ergänzt durch erläuternde und weiterführende Materialien im Internet, der v.a. Social



Media Marketing Tools (S. 148-155) bereichern diese gerade für Einsteiger hilfreiche Lektüre. Theoretisch untermauert wird die Mediennutzung zwischen Individualität und Sozialität von dem Kommunikationsforscher **Friemel**. Er setzt bei Massenmedien als Gegenstand interpersonaler Austausches an und schließt daraus auf Dynamiken in sozialen Netzwerken, die zu komplexen Nutzungsmustern in Gruppen und Gesellschaft führen.

KARL UND VERONICA CARSTENS-STIFTUNG

Fördergemeinschaft: NATUR UND MEDIZIN



Die **KARL UND VERONICA CARSTENS-STIFTUNG** fördert Wissenschaft und Forschung sowie den wissenschaftlichen Nachwuchs auf dem Gebiet der Komplementärmedizin. Sie ist in dieser Hinsicht die führende Organisation in Europa. Finanziert wird die Arbeit der Stiftung über ihre Fördergemeinschaft **NATUR UND MEDIZIN** aus Spenden der Bevölkerung.

Für den strukturellen Auf- und Ausbau unserer Marketing- und Kommunikationsaktivitäten suchen wir – für zunächst zwei Jahre und in Teilzeit (30 Stunden) – einen

MARKETINGMANAGER (M/W)

Ihre Aufgaben

- Sie übernehmen den Aufbau und die Etablierung der neuen Dachmarke **CARSTENS-STIFTUNG : NATUR UND MEDIZIN** und verantworten dabei die strategische und zeitliche Planung der Kommunikations- und Marketingaktivitäten.
- Sie übernehmen die Konzeption, Umsetzung, Steuerung und Optimierung des Kommunikationsauftritts, der Website sowie der Fachpressearbeit.
- Sie erstellen Kampagnen und Kommunikationsmittel zur Gewinnung, Bindung und Rückgewinnung von Fördermitgliedern und Kunden.
- Sie entwickeln Kommunikationsstrategien zur Steigerung der Markenbekanntheit.

Dabei erstellen und verwalten Sie das Marketingbudget eigenständig und berichten direkt an die Geschäftsleitung. Unterstützt werden Sie von einem kleinen Team.

Ihr Profil

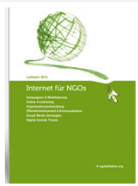
- Sie haben ein wirtschaftswissenschaftliches Studium mit Schwerpunkt Marketing, ein Studium des Medienmanagements oder der Kommunikationswissenschaft erfolgreich abgeschlossen, oder eine vergleichbare Qualifikation.
- Sie haben sich in mindestens fünf Jahren Berufserfahrung im Bereich Marketing/Kommunikation fundierte Kenntnisse in der Planung und Umsetzung von Marketing-Projekten angeeignet.
- Sie setzen die klassischen Instrumente des Direktmarketings sowie die gängigen Tools des Onlinemarketings souverän ein und haben ein Gespür für an Wissenschaft und Gesundheitsthemen interessierte Zielgruppen.
- Sie zeichnen sich gleichermaßen durch ausgeprägte Selbstorganisation, soziale Kompetenz und Integrationsfähigkeit in Teams, auch bei organisationsübergreifenden Projekten, aus.
- Sie zeichnen sich durch analytisches und unternehmerisches Denken aus; kaufmännische Grundkenntnisse sind von Vorteil.
- Sie haben eine positive Haltung zu Naturheilkunde und Homöopathie.

Bitte teilen Sie uns Ihre Gehaltsvorstellungen und den frühestmöglichen Eintrittstermin mit. Bewerbungen auf schriftlichem oder elektronischem Wege an:

Dr. Henning Albrecht, Mitglied des Vorstandes | Geschäftsführer, **KARL UND VERONICA CARSTENS-STIFTUNG**, Am Deimelsberg 36, 45276 Essen, Tel. (0201) 56305-15, h.albrecht@carstens-stiftung.de

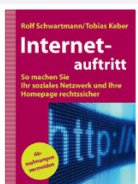
Media-Unerfahrenen eine nützliche Handreichung ist. Doch auch hier gilt: Nicht die Lektüre, sondern die Übung macht den Meister.

Einen Online-Leitfaden speziell für Nonprofit-Organisationen haben **betterplace lab** [vgl. das Interview in diesem Heft, S. 6-8] und **Wigwam** zusammengestellt. In kurzen Beiträgen stellen 34 Autoren verschiedene Möglichkeiten vor, wie die neuen Medien und Technologien in der Kampagnenarbeit, im Fundraising und Freiwilligenmanagement, aber auch für Arbeitsorganisation und Projektmanagement sinnvoll eingesetzt werden können. Konkrete Handlungstipps sowie Beispiele aus der Praxis helfen bei der praktischen Umsetzung. Hinweise auf weiterführende Quellen erlauben eine Vertiefung der einzelnen Themen. Ein kurzer Ausblick auf Trends rundet diesen nützlichen Werkzeugkasten ab.



Die Werke von **Jodeleit**, von **Zerfaß** und **Pleil** sowie **Beilharz** befassen sich mit den Potenzialen von Social Media für PR, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Dabei gehen alle Bände auf strategische bzw. strukturelle Entscheidungstatbestände wie z.B. Monitoring, Guidelines [s. auch die Rote Seiten zu dieser Ausgabe, S. 6 ff.] bzw. Governance und Strategieentwicklung ein, geben Anregungen für die operative Gestaltung der Kommunikation über Soziale Medien und stellen schließlich verschiedene Kommunikationsinstrumente und Konzepte vor. Darüber hinaus nehmen die Autoren in dem von Zerfaß und Pleil herausgegebenen Sammelband eine Differenzierung nach unterschiedlichen Zielgruppen der Kommunikation vor, während Jodeleit und Beilharz die Person bzw. das Berufsbild des Social Media-Managers näher betrachten. Rechtliche Aspekte finden bei Beilharz in einem Gastbeitrag Berücksichtigung. Ein Ausblick auf Mobile Marketing ergänzt die zweite Auflage von Jodeleit. Zudem geht er auf die Frage ein, wie die Kommunikation via Social Media in die Organisationskultur integriert werden und dabei zu einer besseren internen Zusammenarbeit beitragen kann.

Obwohl oft totgesagt, ist die E-Mail immer noch ein wichtiges Kommunikations- und Marketing-Medium. Gerade im beruflichen Alltag erreicht uns täglich eine z.T. unüberschaubare Zahl elektronischer Post. Damit sie nicht ungelesen im Spam oder Papierkorb landen, müssen auch E-Mail-Nachrichten ihre Empfänger zur richtigen Zeit erreichen und ihnen ansprechend gestaltet – das fängt schon beim Betreff an – einen inhaltlichen Mehrwert bieten. In seinem Praxisratgeber geht **Kulka** detailliert auf alle Facetten des professionellen E-Mail-Marketings ein: von einer kurzen historischen Einführung (S. 27-33), über die Möglichkeiten und Grenzen (S. 45-88), den Auf- und Ausbau des Mail-Verteilers (S. 113-222), die strategische Planung (S. 223-303) bis hin zur Erfolgskontrolle (S. 467-603). Bei der konkreten Gestaltung erfolgreicher E-Mails (S. 305-466) wird nach inhaltlichen, gestalterischen sowie technischen Aspekten differenziert. Trends (S. 605-710), rechtliche Fragestellungen (S. 711-778) und die Spam-Problematik (S. 779-885) werden ebenso ausführlich betrachtet. Zahlreiche Abbildungen erleichtern das Verständnis des nicht immer ganz leichten Stoffs. Damit schafft dieses Handbuch eine solide Basis für den Auf- und Ausbau des eigenen E-Mail-Marketings.



Einen kompakten Überblick über die wichtigsten, über viele Gesetze – u.a. das Marken-, Namens-, Urheber-, Datenschutz- oder Wettbewerbsrecht – verstreuten rechtlichen Anforderungen an Websites und Social Media-Profilen [vgl. auch in diesem Heft S. 32] geben **Schwartzmann** und

Keber. Dabei finden sie Antworten auf z.B. folgende Fragen: Was muss bei der Wahl des Domainnamens bzw. der Einrichtung eines geschäftlichen Nutzerkontos in einem Sozialen Netzwerk beachtet werden? Wo liegen Grenzen der freien Meinungsäußerung? Unter welchen Voraussetzungen dürfen fremde Texte, Bilder, Filme etc. auf der eigenen Seite eingebunden werden? Hafte ich als Betreiber einer interaktiven Seite für Aussagen und Verlinkungen meiner Community? Inwieweit sind selbst erstellte Inhalte vor dem Zugriff Dritter geschützt? Welche Informationspflichten bestehen? Hilfreich sind auch hier die zahlreichen, grafisch hervorgehobenen Fallbeispiele, Empfehlungen und weiterführenden Links sowie die kurzen Zusammenfassungen am Ende eines jeden Kapitels. Damit ist dieser handliche, kostengünstige und trotz der Materie leicht verständliche Ratgeber besonders für den Laien in Sachen Recht eine lohnende Investition.

Einen umfassenden Einblick in neue digitale Entwicklungen im Dritten Sektor gibt der ebenfalls von **betterplace lab** herausgegebene Trendreport. Wie schon für die erste Auflage 2012 [vgl. S&S Sonderausgabe 2012, S. 44 f.] hat das Team um Joana Breidenbach [s. das Interview in diesem Heft, S. 6-8] auch diesmal Fallbeispiele innovativer Internet- und Mobilfunkanwendungen für den guten Zweck („Cases“) aus der ganzen Welt gesammelt, hieraus 12 „Trends“ abgeleitet und diese auf ihre Chancen und Risiken hin analysiert. Sowohl bereits etablierte Trends, wie „Digitalkampagnen“, als auch solche, die noch am Anfang ihrer Entwicklung stehen, wie z.B. das „Direktfeedback“ oder die „Offene Innovation“, können gemeinnützigen Organisationen als Inspiration für die eigene Projektarbeit bzw. mögliche Förderfelder dienen. Alle bislang ermittelten 21 Trends, 474 Cases und 6 ausführlichen Analysen („Insights“) sind auch unter www.trendreport.betterplace-lab.org zugänglich.



In der Gesamtschau zeigt sich auch in der Literatur eine bislang stiefmütterliche Behandlung des Themas NPOs und Web 2.0. Weitere auf die besonderen Rahmenbedingungen von gemeinnützigen Organisationen bezogene Betrachtungen sind erforderlich, denn eine Übertragung der Erkenntnisse und Ratschläge aus der Unternehmensliteratur ist nicht immer und eine entsprechende Modifizierung vielfach nur durch Fachleute möglich.

Beilharz, Felix: Social Media Management. Wie Marketing und PR Social-Media-tauglich werden, Göttingen (BusinessVillage) 2012 (296 S.) 29,80 € (ISBN 978-386980-144-5)

betterplace lab (Hrsg.): Trendreport 2013, Berlin (Eigenverlag) 2013 (119 S.) kostenlos/Spende erbeten (ISBN 978-3-00-042251-5)

Calleen, Florine: Texten fürs Social Web. Das Handbuch für Social-Media-Texter, Göttingen (BusinessVillage) 2012 (216 S.) 21,80 € (ISBN 978-3-86980-185-8)

Friemel, Thomas N.: Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristiken und Wirkungen interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte, Konstanz (UVK) 2013 (332 S.) 44 € (ISBN 978-3-86764-282-8)

Hünnekens, Wolfgang: Die Ich-Sender. Das Social Media-Prinzip. Twitter, Facebook & Communitys erfolgreich einsetzen. Göttingen (BusinessVillage) 3. Aufl. 2011 (156 S.) 17,90 € (ISBN 978-3-869-80005-9)

Jodeleit, Bernhard: Social Media Relations. Leitfaden für erfolgreiche PR-Strategien und Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0, Heidelberg (dpunkt.verlag) 2. Aufl. 2012 (320 S.) 29,90 € (ISBN 978-3-86490-014-3)

Kulka, René: E-Mail-Marketing. Das umfassende Praxis-Handbuch, Heidelberg u.a. (mitp) 2013 (912 S.) 49,95 € (ISBN 978-3-8266-5095-6)

Schwartzmann, Rolf / Keber, Tobias O.: Internetauftritt. So machen Sie Ihr soziales Netzwerk und Ihre Homepage rechtssicher (Beck KOMPAKT), München (Beck) 2012 (128 S.) 6,90 € (ISBN 978-3-406-62592-3)

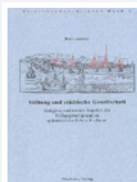
van Rinsum, Helmut / Zimmer, Frank: Der Social-Media-Rausch. Wie der Hype und seine Propheten vom Wesentlichen ablenken, Göttingen (BusinessVillage) 2011 (168 S.) 17,90 € (ISBN 978-3-86980-141-4)

Wigwam / betterplace lab (Hrsg.): Internet für NGOs. Leitfaden 2013, Berlin (Eigenverlag) 2013 (91 S.) kostenlos/Spende erbeten [bestellbar unter www.ngoleitfaden.org]

Zerfaß, Ansgar / Pleil, Thomas (Hrsg.): Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web, Konstanz (UVK) 2012 (422 S.) 49,99 € (ISBN 978-389669-582-6)

Stiftungsgeschichte(n)

Die mehr als tausend Jahre alte Stiftungstradition in Deutschland ist lange lediglich am Rande geschichtswissenschaftlich untersucht worden [vgl. dazu Liermann, Hans: Geschichte des Stiftungsrechts, 2. Aufl. 2002, hrsg. v. Campenhausen, Axel Frhr. v./Mecking, Christoph]. Dabei kann die Untersuchung von Stiftungen Aufschluss über die Zusammenhänge sozialer, religiöser, ökonomischer, rechtlicher und kultureller Faktoren der jeweiligen Zeit geben.



Die bereits 2000 vom Berliner Geschichtswissenschaftler Michael Borgolte begründete Buchreihe „Stiftungsgeschichten“ möchte diesen Forschungszweig fördern. In bisher zehn Einzeltiteln bereiten Wissenschaftler verschiedener Disziplinen Stiftungs- und damit gesellschaftliche Wirklichkeiten seit dem Mittelalter unter unterschiedlichen Fragestellungen auf. Bereits der erste, von **Borgolte** herausgegebene Band zeigt das weite Spektrum der Stiftungsforschung [vgl. Besprechung von Mecking, HPB 6/2001, S. 572]. Anhand von elf Studien werden nicht nur verschiedene Motive des Stiftens, wie die Wahrung des Seelenheils, der Perpetuierungsgedanke oder der Selbstschutz von Minderheiten, analysiert, sondern auch positive wie negative Wechselwirkungen von Stiftung und Staat in Vergangenheit und Gegenwart beleuchtet. Auf welche Weise staatliche Akteure in Byzanz und im westlichen Europa den Bestand von Stiftungs- und Kirchengut gefährdeten, untersuchen **Geelhaar** und **Thomas** anhand umfangreicher, z.T. von den Autoren erstmals ins Deutsche übersetzter lateinischer, griechischer, altenglischer sowie anglo-französischer Quellen aus dem 5. bis 15. Jahrhundert [vgl. Besprechung von Mecking, HPB 1/2012, S. 31]. Den langfristigen Veränderungen und Einflussfaktoren des Stiftungsverhaltens im spätmittelalterlichen Stralsund widmet sich **Lusiardi**, auch hier unter besonderer Berücksichtigung der Jenseitsvorstellungen der damaligen Akteure. Band 4, wiederum herausgegeben vom **Borgolte**, stellt in acht englisch- und sieben deutschsprachigen Beiträgen anhand eines sozial- und kulturwissenschaftlichen Deutungsansatzes die religiösen Grundlagen, praktischen Zwecke und historischen Transformationen christlicher, jüdischer und islamischer Stiftungen vor der Moderne

dar. Der von **Meier, Pahlitzsch** und **Reinfandt** herausgegebene Band fokussiert das islamische Stiftungswesen [vgl. S&S 5/2006, S. 28 f.]: In zwölf Aufsätzen werden soziale Funktionen sowie Anpassungsmodalitäten beschrieben. Dabei spielen auch der Einfluss bzw. die Bedeutung von Frauen und Verbrauchselemente eine Rolle [vgl. u.a. S&S 3/2012, S. 30 f.]. Eine erste Gesamtdarstellung der Stiftungen Jakob Fuggers aus allgemeinhistorischer Perspek-

Strategien für Sozialunternehmer und Wege aus der Schuldenfalle



Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)
Skalierung sozialer Wirkung
 Handbuch zu Strategien und Erfolgsfaktoren von Sozialunternehmen

2013, 88 Seiten, Broschur
 € 18,- [D] / sFr. 25,90
 ISBN 978-3-86793-511-1
 2013, 88 Seiten
 Auch als E-Book erhältlich

»Sozialunternehmer«, »hybride Organisation«, »neues Bürgerengagement« – eine neue Form von Unternehmertum bahnt sich den Weg. Unternehmer setzen neue Prioritäten, ohne altbekannte unternehmerische Prinzipien auszuklammern. Alle sozialen Unternehmen vereint das Bestreben, durch neuartige Lösungen für bekannte Probleme soziale Wirkungen zu generieren.



Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)
Städte in Not
 Wege aus der Schuldenfalle?

Erscheint im August 2013
 386 Seiten, Broschur
 € 37,- [D] / sFr. 49,90
 ISBN 978-3-86793-512-8
 Erscheint auch als E-Book

Städte in Not – das ist keine neue Diagnose. Die Nöte der Städte sind altbekannt und vielfältig. Im Zentrum stehen jedoch die Finanzen. Die Haushaltskrise wird zur dauerhaften, fast gewohnten Begleiterin der Kommunen, der Politik, der Beschäftigten, der Bürgerinnen und Bürger. Das Ergebnis der Haushaltsnot ist, dass die Gestaltungsfähigkeit der Städte in den Regionen gesunken ist, in denen die gesellschaftlichen Problemlagen und der Handlungsbedarf am größten sind. Der Band zeigt praxisorientierte Beispiele und Lösungsansätze für Wirtschaft und Praxis auf.

| Verlag BertelsmannStiftung



tive liefert die an der Humboldt-Universität zu Berlin entstandene Dissertation von **Scheller**. Sie bietet dabei mikro- und makrohistorische sowie kultur- und sozialhistorische Betrachtungen, die sich aufeinander beziehen und wechselseitig erhellen. Anhand einer umfassenden Aufbereitung der fast tausendjährigen Geschichte des weltlichen Kollegiatstifts St. Simon und Judas zeigt **Lohse** die Bemühungen von Stiftern, Treuhändern und Destinatären, die Stiftung gegen den historischen Wandel in ihrer ursprünglichen Form zu bewahren. Die materialreiche Studie zeigt insofern „Prozeduren der Verstetigung“ und „Entstetigung“ sowie „Arrangements von Beständigkeit“ auf. Ihr Ergebnis: Ein allumfassender Beständigkeitsanspruch besitzt zwar sinnstiftende Kraft,

ist in der Realität trotz aller Bemühungen der „Verstetigung des Stiftungsgefüges ... durch das konsequente Ritualisieren der elementaren Verfahrensabläufe“ auf Dauer jedoch nicht erfüllbar [vgl. S&S 1/2013, Schwerpunkt]; sie bleiben insofern „Institute der Vergeblichkeit“.

Wie elastisch Stiftungen auf äußeren Veränderungsdruck tatsächlich reagieren, ohne sich ihres grundlegenden Kerns zu berauben, deckt **Moddemog** in ihrer ebenfalls in Berlin angenommenen Dissertation zu königlichen, insbesondere Memorialstiftungen auf. Für viele Monarchen und Adlige des mittelalterlichen Polens war die Errichtung und Förderung sakraler Stiftungen ein zentrales Element, sich in das etablierende Christentum einzubringen. Welche Vorbilder, politischen und sozialen Faktoren, ideellen und materiellen Motive hierbei eine Rolle spielten und was die Folgen waren, zeigt der von **Mühle** herausgegebene Band in 15 Einzelstudien. Der neueste, von Lohse herausgegebene Band umfasst die wichtigsten, teilweise verstreut publizierten Aufsätze der fast 40-jährigen Forschungstätigkeit von Michael **Borgolte** zur Stiftung als Instrument der Memoria [vgl. S&S 5/2011, Schwerpunkt]. Vorrangig sind die Forschungen auf das vormoderne Stiftungswesen gerichtet, doch greifen die Beiträge auch in die Neuzeit und beleuchten hier etwa das Verhältnis von Stiftung und Staat oder sie bieten Erkenntnisse interkulturell-vergleichender Forschung. In der Zusammenschau zeigt sich die Reihe durchweg auf einem hohen fachlichen Niveau. Sie macht Stiftungsgeschichte anhand von oft sehr speziellen Stiftungsgeschichten begreifbar und bietet aufschlussreiche Erkenntnisse zur Charakterisierung von Stiftungen als „totale soziale Phänomene“. Dabei werden sie nicht als juristische Konstruktionen verständlich, sondern als Gebilde zum „Austausch von Gabe und Gegengabe“ der Stifter und nachgeborener Destinatäre. Insofern geben die Bände nicht nur den Blick frei auf Chancen und Begrenztheiten menschlicher Wirksamkeit über die eigene Zeit hinaus, sondern auch auf vielschichtige gesellschaftliche Zusammenhänge – ein wichtiger Schritt zur weiteren Aufarbeitung einer umfassenden „Geschichte des Stiftungswesens“.



Ein plastisches Beispiel für Stifter in der preußisch-jüdischen Tradition bietet die Hofjuweliersfamilie Ephraim seit 1774. Nicht nur Veitel Heine Ephraim stellte u.a. mit der Errichtung der mit seinem Namen verbundenen Lehranstalt einen Teil seines Vermögens in den Dienst der öffentlichen Wohlfahrt. Auch seine Söhne und ein Enkel folgten der jüdischen Tradition [vgl. S&S 5/2010, S. 18 ff.] und gründeten Stiftungen zur Förderung der Armen- und Krankenfürsorge sowie im Bildungs- und Erziehungswesen. Bis heute Bestand hat die Ephraim Veitel Stiftung, deren Name freilich schon im Februar 1934 „arisiert“ wird. Das von ihrem Vorstandsvorsitzenden **Grözinger** herausgegebene Buch arbeitet anhand historischer Dokumente die Geschichte der Stifterfamilie und ihrer vier Stiftungen von deren Gründung bis in die Gegenwart auf. Es werden z.B. die umfangreichen Einschnitte in der Organbesetzung sowie der Verwirklichung der Stiftungszwecke im Zuge nationalsozialistischer Verwaltungsmaßnahmen, aber auch die Fehlleistungen in der jungen Bundesrepublik dargestellt: So erfolgten erst im Jahre 2000 Satzungsänderungen, die den Namen des jüdischen Stifters wieder mit der „Stiftung von 1803“ verbanden und deren Zwecke dem ursprünglichen Stifterwillen anpassten. Das Buch bietet somit nicht nur Einblicke in sich verändernden Rechts-, Wirtschafts- und Sozialverhältnisse der letzten 250 Jahre sowie eine religiös begründete Wohltätigkeit, sondern trägt auch zur Aufarbeitung eines bedeutenden wie tragischen Kapitels deutsch-jüdischer Geschichte bei.



„Die Humboldt-Stiftung hat auch unter dem Dritten Reich ihre Eigenständigkeit weitestgehend wahren können ... Deshalb scheint auch überall im Ausland das Andenken an die Stiftung vollkommen unbelastet zu sein.“ – „Nach der Machtübernahme diente [die AvH] der NSDAP zu Propagandazwecken.“: Zwei sich widersprechende Aussagen, die „revidiert respektive modifiziert“ werden müssen, wie **Impehoven** in der vorliegenden Untersuchung, eine leicht überarbeitete Fassung seiner Bonner Dissertation, resümiert. Anhand von z.T. unveröffentlichten Dokumenten und Zeitzeugenbefragungen zeigt er, dass die Alexander von Humboldt-Stiftung bereits bei ihrer Gründung durch das Deutsche Reich 1925 keine unabhängige Organisation war. Sie stellte vielmehr ein (außen)politisch motiviertes, „halbamtliches“ Stipendienprogramm dar, hinter dem das Auswärtige Amt stand, das nach außen hin nicht in Erscheinung treten wollte. Die Gewinnung ausländischer Studierender als zukünftige Multiplikatoren sollte dabei helfen, Deutschland aus der wissenschaftlichen und politischen Isolation nach dem verlorenen Ersten Weltkrieg herauszuführen. Mit der Machtergreifung Hitlers sollte die intensivierte Stipendienarbeit zunächst der (kulturellen) Isolation und dem Ansehensverlust entgegenwirken und wurde später als Instrument zur Rekrutierung kollaborationsbereiter politischer und rassistischer Eliten sowie der „Umvolkung“ bzw. „Eindeutschung“ eingesetzt. Der Autor arbeitet chronologisch die allgemeinen politischen Ausgangsbedingungen und die darauf basierenden kulturpolitischen Ziele während der Weimarer Republik (S. 37-157), über die ersten Jahre des Dritten Reiches (S. 159-255) bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges (S. 257-438) heraus, geht auf organisatorisch-institutionelle Entwicklungen, konkrete Maßnahmen und Programme ein und betrachtet in begrenztem Umfang auch die individuelle Ebene der Stipendiaten. Ein trotz unvollständiger Quellenlage aufgrund von Kriegsverlusten umfassend aufgearbeitetes Kapitel der Geschichte einer Stiftung, das Aufschluss über einen wichtigen Abschnitt der deutschen Vergangenheit gibt.



Einblicke in Stiftungs- und Zeitgeschichte bieten auch die Werke der Reihe „Mäzene, Stifter, Stadtkultur“, herausgegeben von der Frank-

S&S-SAMMLUNGEN VERVOLLSTÄNDIGEN

Nutzen Sie zur Nachbestellung zurückliegender Jahrgänge oder Einzelhefte die Preisnachlässe unserer **Sonderaktion!** Näheres erfahren Sie im Internet unter www.stiftung-sponsoring.de/nachbestellung

furter Bürgerstiftung [vgl. S&S 2/2010, S. 53; 6/2010, S. 54]. Hier ist der nunmehr zehnte Band – eine Festschrift anlässlich des 175. Jubiläums der Frankfurter Mozart-Stiftung – erschienen. Anhand bislang unbekannter Originaldokumente arbeitet **Kienzle** die wechselvolle und krisenhafte Geschichte der Stiftung zur Förderung junger Komponisten und ihrer Stipendiaten erstmals wissenschaftlich fundiert auf. Viele der wiedergefundenen Briefe und Kompositionen werden hier zum ersten Mal der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Damit ist dieses Werk ein weiterer Baustein zur Beschreibung der bunten Stiftungskultur eines bedeutenden Stiftungsstandortes [S&S RS 2/2010] und ein wichtiger Beitrag zum Selbstverständnis der Stiftung.



Borgolte, Michael (Hrsg.): Stiftungen und Stiftungswirklichkeiten. Vom Mittelalter bis zur Gegenwart (Stiftungsgeschichten 1), Berlin (Akademie) 2000 (343 S.) 64,80 € (ISBN 978-3-05-003491-1)

Borgolte, Michael (Hrsg.): Stiftungen in Christentum, Judentum und Islam vor der Moderne. Auf der Suche nach ihren Gemeinsamkeiten und Unterschieden in religiösen Grundlagen, praktischen zwecken und historischen Transformationen (Stiftungsgeschichten 4), Berlin (Akademie) 2005 (297 S.) 69,80 € (ISBN 978-3-05-004159-5)

Borgolte, Michael: Stiftung und Memoria (Stiftungsgeschichten 10), Berlin (Akademie) 2012 (VIII, 445 S.) 79,80 € (ISBN 978-3-05-006047-7)

Geelhaar, Tim / Thomas, John (Hrsg.): Stiftung und Staat im Mittelalter. Eine byzantinisch-lateineuropäische Quellenanthologie in komparatistischer Perspektive (Stiftungsgeschichten 6), Berlin (Akademie) 2011 (435 S.) 148 € (ISBN 978-3-05-005134-5)

Grözinger, Karl E. (Hrsg.): Die Stiftungen der preußisch-jüdischen Hofjuweliersfamilie Ephraim und ihre Spuren in der Gegenwart (Jüdische Kultur 19), Wiesbaden (Harrassowitz) 2009 (190 S.) 34 € (ISBN 978-3-447-05755-4)

Impkoven, Holger: Die Alexander von Humboldt-Stiftung und das Ausländerstudium in Deutschland 1925–1945. Von der „geräuschlosen Propaganda“ zur Ausbildung der „geistigen Wehr“ des „Neuen Europa“ (Internationale Beziehungen. Theorie und Geschichte 9), Bonn (University Press) 2013 (522 S.) (ISBN 978-3-89971-869-0)

Kienzle, Ulrike: Neue Töne braucht das Land. Die Frankfurter Mozart-Stiftung im Wandel der Geschichte (1838-2013) (Mäzene, Stifter, Stadtkultur 10), Frankfurt a.M. (Frankfurter Bürgerstiftung) 2013 (395 S.) 19,90 € (ISBN 978-3-934123-14-4)

Lohse, Tillmann: Die Dauer der Stiftung. Eine diachronisch vergleichende Geschichte des weltlichen Kollegiatstifts St. Simon und Judas in Goslar (Stiftungsgeschichten 7), Berlin (Akademie) 2011 (576 S.) 128 € (ISBN 978-3-05-005665-4)

Lusiardi, Ralf: Stiftungen und städtische Gesellschaft. Religiöse und soziale Aspekte des Stiftungsverhaltens im spätmittelalterlichen Stralsund (Stiftungsgeschichten 2), Berlin (Akademie) 2000 (298 S.) 64,80 € (ISBN 978-3-05-003427-0)

Meier, Astrid / Pahlitzsch, Johannes / Reinfandt, Lucian (Hrsg.): Islamische Stiftungen zwischen juristischer Norm und sozialer Praxis (Stiftungsgeschichten 5), Berlin (Akademie) 2009 (279 S.) 59,80 € (ISBN 978-3-05-004612-9)

Moddemog, Claudia: Königliche Stiftungen des Mittelalters im historischen Wandel. Quedlinburg und Speyer, Königfelden, Wiener Neustadt und Andernach (Stiftungsgeschichten 8), Berlin (Akademie) 2012 (311 S.) 79,80 € (ISBN 978-3-05-005782-8)

Mühle, Eduard (Hrsg.): Monarchische und adlige Sakralstiftungen im mittelalterlichen Polen (Stiftungsgeschichten 9), Berlin (Akademie) 2013 (556 S.) 69,80 € (ISBN 978-3-05-005926-6)

Werte stiften im Abonnement

Wenn Sie das Magazin „Werte stiften“ abonnieren möchten, senden Sie uns bitte untenstehendes Formular ausgefüllt **per Post** an: Bühring und Weisner Verlagsgesellschaft GbR, Bayreuther Straße 1, 91054 Erlangen oder **per Telefax**: 09131.5302089. Oder abonnieren Sie „Werte stiften“ über unsere Homepage unter www.werte-stiften.de.



Hiermit bestelle ich „Werte stiften“ für ein Jahr im Abonnement (vier Ausgaben pro Jahr) zum Jahrespreis von 22 Euro inkl. Versandkosten innerhalb Deutschlands. Wenn ich nicht bis spätestens vier Wochen vor Ablauf eines Jahres kündige, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

22,- Euro

Empfänger:

Organisation / Firma

Titel, Vorname, Name

Straße

PLZ, Ort

Telefon

E-Mail

Datum, Unterschrift

Zahlungsweise:

per Bankeinzug

per Rechnung

Kontoinhaber

Kontonummer

Bankleitzahl

Kreditinstitut

Datum, Unterschrift

Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb von zwei Wochen ohne Nennung von Gründen schriftlich widerrufen an „Werte stiften“, Bühring und Weisner Verlagsgesellschaft GbR, Bayreuther Straße 1, 91054 Erlangen

Datum, Unterschrift

Scheller, Benjamin: Memoria an der Zeitenwende. Die Stiftungen Jakob Fuggers des Reichen vor und während der Reformation (ca. 1505-1555) (Stiftungsgeschichten 3), Berlin (Akademie) 2004 (350 S.) 74,80 € (ISBN 978-3-05-004095-0)

Die Macht der Organisation

Bereits 1997 stellte John Searle fest: „Es ist eine der großen Illusionen unserer Zeit, daß ‚Macht aus dem Lauf der Gewehre kommt‘ ... In Wirklichkeit kommt Macht aus Organisationen“.

Denn sie – die Wirtschaftsunternehmen, staatlichen Institutionen, Parteien und Nonprofit-Organisationen – stellen die Regeln auf, die nicht nur ihre internen Verhältnisse, sondern auch die externe Wirklichkeit bestimmen. Zwar übernehmen Organisationen wichtige gesellschaftliche Aufgaben; gleichwohl folgen sie dabei Eigeninteressen und -dynamiken, die im Widerspruch zu diesen Zwecken stehen können. Die 13 Beiträge in dem von **Duschek,**

Gaitanides, Matiaske und **Ortmann** herausgegebenen Band richten den Blick auf Organisationen als korporative Akteure und stellen ihre auf Regeln basierende Wirkmacht in ihrem Innern, organisationsübergreifend und gesellschaftsweit heraus. Ebenso wird gefragt, wie Organisationen ihrerseits geregelt werden. Sie kommen zum Ergebnis, dass sie auch insoweit die maßgeblichen Akteure sind (S. 227-297). Grundlage dieser Betrachtungen ist eine vielschichtige Bestimmung von Regeln und ihrer Befolgung (S. 17-128) sowie die Darstellung von deren Funktionen und Probleme im System der Organisation (S. 131-223). Insgesamt eine aus philosophischer, sozialologischer und ökonomischer Sicht geführte und nicht ganz leicht zu fassende Analyse von Macht, die einen ungewöhnlichen Zugang zum Handeln gemeinnütziger Organisationen eröffnet.



Duschek, Stephan / Gaitanides, Michael / Matiaske, Wenzel / Ortmann, Günther (Hrsg.): Organisationen regeln. Die Wirkmacht korporativer Akteure, Wiesbaden (VS) 2012 (312 S.) 39,95 € (ISBN 978-3-531-18039-7)

Aus Fehlern lernen

Jeder Mensch macht Fehler. Und damit machen auch Organisationen Fehler. Meist sehen wir darin etwas Negatives, verbinden es mit Unsicherheit, Inkompetenz und Versagen. Wenn jedoch ein konstruktiver Umgang mit Fehlern erfolgt, können weitreichende Lernpotenziale gehoben, Innovationsfähigkeit gefördert und kann damit zum langfristigen Organisationserfolg beigetragen werden. Ein großes Potenzial, das es zu nutzen gilt – auch in der Stiftungswelt. Doch welche Einstellung haben Stiftungen zu Fehlern und wie gehen sie mit ihnen in der täglichen Arbeit um? Welche Bereiche der Stiftungsarbeit sind besonders fehleranfällig? Antworten auf diese Fragen geben **Bischoff, Hagedorn, Lassalle** und **Rummel** in der ersten Studie zur Fehlerkultur deutscher Stiftungen [s.a. S&S 4/2013, S. 6-8]. Die Auswertung von 19 qualitativen Experteninterviews und 273 online ausgefüllten quantitativen Fragebögen zeichnet ein grundsätzlich positives Bild: Fast alle Stiftungen schätzen sich als fehlerfreundlich und lernbereit ein. Viele der Befragten sehen die Stiftung als einen Ort, an dem Neues ausprobiert werden kann bzw. sollte; damit verbunden ist aber eben auch immer die Möglichkeit des Scheiterns. Als Essenz der Untersuchung werden sechs konkrete Tipps formuliert, die Stiftungen dabei helfen sollen, ihre Fehlerkultur (noch) konstruktiver zu gestalten.



Die Auswertung von 19 qualitativen Experteninterviews und 273 online ausgefüllten quantitativen Fragebögen zeichnet ein grundsätzlich positives Bild: Fast alle Stiftungen schätzen sich als fehlerfreundlich und lernbereit ein. Viele der Befragten sehen die Stiftung als einen Ort, an dem Neues ausprobiert werden kann bzw. sollte; damit verbunden ist aber eben auch immer die Möglichkeit des Scheiterns. Als Essenz der Untersuchung werden sechs konkrete Tipps formuliert, die Stiftungen dabei helfen sollen, ihre Fehlerkultur (noch) konstruktiver zu gestalten.

Bischoff, Antje / Hagedorn, Sandra / Lassalle, Andrea / Rummel, Miriam: Aus Fehlern lernen – Potenziale für die Stiftungsarbeit, Berlin (Bundesverband Deutscher Stiftungen) 2013 (58 S.) kostenlos (ISBN 978-3-941368-37-8) [abruf- bzw. bestellbar unter www.stiftungen.org]

Weitere Literaturtipps

Baumanns, Markus / Schumacher, Torsten: Die neugierige Stiftung. Neue Wege für Stiftungen im Zeitalter des Web 2.0 und der netzwerkbasierenden Organisationen, in: Haas, Hanns-Stephan / Verstl, Jörg (Hrsg.): Stiftungen bewegen. Ein Perspektivenwechsel zur Gestaltung des Sozialen (DIAKONIE 12), Stuttgart (Kohlhammer) 2013 (ISBN 978-3-17-022027-0), S. 117-140 [s. Kurzrezension in S&S 2/2013, S. 42]

Boxberger, Lutz / Sonnleitner, Marc: Auswirkungen des KAGB und AIFM-STAnpG auf die Vermögensanlage steuerbefreiter Stiftungen in geschlossenen Fonds, in: npoR 2013, S. 54-57

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hrsg.): Umweltstiftungen stellen sich vor, Berlin (Eigenverlag) 2013 [kostenlos downloaden oder bestellen unter www.stiftungen.org]

Friehe, Heiko: Bilanzierung und Bewertung von Kunst- und Kulturgütern bei Corporate Art Collections, in: art value 11, S. 69-71

Grasberger, Lukas: Das Netz der Helfer, in: Enorm 02/2013, S. 16-22

Horn, Nikolai: Der Bürger im Netz. Die digitale Welt als Herausforderung für die Zivilgesellschaft, Bad Homburg v.d. Höhe (Herbert Quandt-Stiftung) 2013 (58 S.)

Kögel, Rainer: Gesetz zur Stärkung des Ehrenamts in Kraft treten, in: FuS 2013, S. 115-116

Ley, Ursula: E-Bilanz – Handlungsbedarf gemeinnütziger Körperschaften, in: npoR 2013, S. 47-54

Neuhoff, Klaus: Es gibt kein Stiftungskapital!, in: ZStV 2013, S. 149-153

Rather, Alessa: Kunst statt Kerngeschäft? Corporate Collections in Deutschland, in: art value 11, S. 20-23

Reuter, Dieter: Änderungen des Vereins- und Stiftungsrechts durch das Ehrenamtsstärkungsgesetz, in: npoR 2013, S. 41-47

Richter, Tim: Die Einführung von Social-Media-Guidelines: das kommunikative Grundgesetz, in: Verbändereport 6/2012, S. 20-26

Ritter, Gabriele: „Capital Campaign“ Finanzierung von Großprojekten durch Fundraising, in: Stiftungsbrief 2012, S. 224-227

Saenger, Ingo / Al-Wraikat, Nadja: Zivilrechtliche Neuregelungen aufgrund des Gesetzes zur Stärkung des Ehrenamtes, in: ZStV 2013, S. 128-132

Schmidt-Thomé, Berthold / Elmenhorst, Lucas: Unternehmer oder Unternehmenssammlungen? Kunst sammeln in Unternehmen, in: art value 11, S. 65-66

Schütz, Robert / Runte, Julia: das Ehrenamtsstärkungsgesetz – neue Impulse für den Non-Profit-Bereich?, in: DStR 2013, S. 1261-1268

HINWEIS

Aufsätze und Bücher zum Themenkreis dieses Fachmagazins können gerne an die Redaktion gesandt werden; sie werden im Rahmen der Möglichkeiten in diese Rubrik aufgenommen. Die bibliografischen Angaben von „Bücher & Aufsätze“ sind im Internet abrufbar unter www.stiftung-sponsoring.de.

Für Sie zusammengestellt und kommentiert von Rechtsanwalt Dr. Christoph Mecking, Institut für Stiftungsberatung, Berlin, c.mecking@stiftungsberatung.de, www.stiftungsberatung.de

