



□ ■ LEARNING
□ □ FROM
■ □ PARTNERS
□ □ □ □
□ ■ □ □

REPORT 2015

FRITZ THYSSEN STIFTUNG

LEARNING FROM PARTNERS
REPORT FRITZ THYSSEN STIFTUNG 2015

HERAUSGEBER

Centrum für soziale Investitionen und Innovationen
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
Adenauerplatz 1
69115 Heidelberg
Telefon: 06221 54119-50
Telefax: 06221 54119-99
E-Mail: csi@csi.uni-heidelberg.de

PARTNER

Fritz Thyssen Stiftung
Gerda Henkel Stiftung
Klosterkammer Hannover
Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung
Niedersächsische Lotto-Sport-Stiftung
Robert Bosch Stiftung
Software AG-Stiftung
Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft
Stiftung Mercator
VolkswagenStiftung
Wilhelm Sander-Stiftung

TEXT, REDAKTION UND LAYOUT

Volker Then, Martin Hölz, Georg Mildenberger, Radost Natcheva,
Katharina Enz, Julia Hildmann

© Centrum für soziale Investitionen und Innovationen
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, 2015

INHALT

A. VORWORT	7
B. EXECUTIVE SUMMARY	9
C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT	11
D. FORSCHUNGSDESIGN UND DURCHFÜHRUNG	13
E. ORGANISATIONSPORTRÄT DER FRITZ THYSSEN STIFTUNG	15
F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN	16
I. STRUKTURDATEN DER PARTNER DER FRITZ THYSSEN STIFTUNG	16
II. ZUR ZUFRIEDENHEIT DER PARTNER	18
III. BEWERTUNG DER ADMINISTRATIVEN PROZESSE	22
IV. BEITRÄGE ZUM CAPACITY BUILDING	27
V. ZUR WAHRNEHMUNG DER FRITZ THYSSEN STIFTUNG	32
VI. ZUR TRANSPARENZ DER STIFTUNG	39
VII. FEEDBACK DER ABGELEHNTEN ANTRAGSTELLER	41
G. ERGEBNISSE FÜR DIE FRITZ THYSSEN STIFTUNG IM TRENDSTUDIENVERGLEICH	44
H. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER STUDIE FÜR DIE FRITZ THYSSEN STIFTUNG	51
I. LITERATUR	53

A. VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

als besondere Organisationen der Zivilgesellschaft übernehmen Stiftungen wichtige Rollen und Funktionen. Nicht nur hat ihre Zahl in den vergangenen Jahren merklich zugenommen, auch das öffentliche Interesse an Stiftungen und ihren Aktivitäten ist gestiegen. Im Sinne ihres Stiftungszweckes entwickeln Stiftungen Förderprogramme und Projekte, um ihre Ziele zu erreichen. Dabei arbeiten Stiftungen mit einer Vielzahl an Partnern aus allen Sektoren der Gesellschaft zusammen.

Doch wie gestaltet sich diese Zusammenarbeit? Wie zufrieden sind die Partner mit „ihrer“ Stiftung? Welche Effekte ergeben sich durch die Förderung? Und wie werden Stiftungen von ihren Partnern wahrgenommen? Die Einschätzungen und Rückmeldungen der Partner tragen zur Professionalisierung des Stiftungshandelns bei. Als lernende Organisationen sind Stiftungen an einem Feedback ihrer Partner zu den angeführten Fragen sehr interessiert.

Das Forschungsprojekt Learning from Partners erhebt ein systematisches und umfassendes Feedback unter den Partnern von Stiftungen. Nach dem Erfolg der Pilotstudie aus dem Jahr 2012 freuen wir uns, Ihnen die Ergebnisse der zweiten Erhebungswelle präsentieren zu können. Darüber hinaus freuen wir uns, dass sich mit der vorliegenden Studie einige Einschränkungen der Pilotstudie aufgelöst haben.

Waren in der Studie 2012 noch überdurchschnittlich viele Partner mit einem wissenschaftlichen Hintergrund vertreten, nahmen an der Umfrage 2015 Stiftungspartner aus vielen unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen teil. Ausschlaggebend dafür war, dass sich das Förderkonsortium des Projektes von sechs auf elf Stiftungen nahezu verdoppelt hat und weitere Stiftungen dem Projekt beigetreten sind, die in vielen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen aktiv sind. In diesem Zusammenhang möchten wir uns bei allen beteiligten Stiftungen für die Förderung und das damit verbundene Vertrauen sehr herzlich bedanken.

Durch das gewachsene Förderkonsortium bieten sich zudem Möglichkeiten, ähnlich arbeitende Stiftung im Rahmen von Clustern eingehender zu untersuchen und so eine Plattform für einen gemeinsamen Austausch zwischen den Organisationen zu schaffen. Denn es lässt sich vermuten, dass spezifische Fragestellungen und Probleme nicht nur eine Stiftung allein betreffen.

Schließlich konnte mit der zweiten Erhebungswelle erstmalig im Sektor ein zeitlicher Längsschnittvergleich realisiert werden, der es ermöglicht, Organisationsentwicklungen von Stiftungen nachzuzeichnen. Für fünf Stiftungen, die sowohl 2015 als auch 2012 das Projekt gefördert haben, ist es nun möglich, in Form einer Trendstudie ein unmittelbares Feedback auf die internen Prozesse der Professionalisierung und Organisationsentwicklung zu geben, die in der Folge der Pilotstudie 2012 angestoßen wurden.

Für die befragten Partner der Stiftungen ist es offensichtlich von großem Interesse, ihre Einschätzungen und Rückmeldungen „ihrer“ Stiftung im Rahmen einer anonymen Online-Umfrage zurückzumelden. Das zeigt die Rücklaufquote, die im Vergleich zu 2012 nochmals gestiegen ist. In diesem Zusammenhang gilt unser herzlicher Dank allen Partnern der Stiftungen, die sich die Zeit genommen haben, an unserer Umfrage teilzunehmen, und so zu einem gelungenen Projektverlauf maßgeblich beigetragen haben.

Als Autoren der Studie würden wir uns freuen, wenn das Learning from Partners-Projekt als überzeugender Evaluationsansatz für das Stiftungshandeln auf weiteres Interesse stieße.

Gespannt auf die anschließenden Diskussionen wünschen wir Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns gleichermaßen über Ihre Anmerkungen und Rückmeldungen.

Heidelberg, im September 2015

B. EXECUTIVE SUMMARY

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt des Centrums für Soziale Investitionen und Innovationen (CSI) der Universität Heidelberg, das sich der systematischen Evaluation der Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und ihren (Förder-) Partnern widmet. Über eine anonyme Online-Befragung werden die Partner der Stiftungen eingeladen, ihr Feedback zur Antragspraxis, zur Administration sowie zur Wahrnehmung der Stiftung zurückzumelden. Nach der Pilotstudie 2012 mit sechs teilnehmenden Stiftungen haben sich an der Follow-up-Studie im Jahr 2015 elf Stiftungen beteiligt.

Zur Zufriedenheit der Partner

95,6% der befragten Partner bewerten die Partnerschaft mit der Fritz Thyssen Stiftung mit sehr gut und gut, dieser Wert zeugt von einer großen Zufriedenheit. Auch im Kontakt zur Ansprechperson während der Projektphase zeigten sich die Partner überwiegend zufrieden (92% an guten und sehr guten Bewertungen); die vergleichende Trendauswertung macht zudem deutlich, dass sich die Stiftung in diesem Bereich verbessern konnte, im Jahr 2012 beliefen sich die guten und sehr guten Bewertungen noch auf 81,8%.

Bewertung der administrativen Prozesse

Die formalen Anforderungen an einen Antrag werden von über 71,7% der Befragten als klar und eindeutig bewertet (im Vergleich dazu lag das Ergebnis 2012 bei 54,1%). Dies zeugt von einer stabilen Organisationsstruktur in Hinblick auf die Darstellung der Fördermöglichkeiten sowie von stiftungsinternen Optimierungen, die sich in den vergangenen Jahren ergeben haben. Die unbürokratische Arbeitsweise der Fritz Thyssen Stiftung wurde von den Partnern positiv erwähnt, der organisatorische Aufwand für die Partner im Projekt im Querschnitt überdurchschnittlich positiv bewertet (34,8% bewerteten den Aufwand mit sehr gut, weitere 48,8% mit gut). Vergleichend zu 2012 sind die sehr guten Bewertungen jedoch leicht rückläufig.

Beiträge zum Capacity Building

Eine Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung hat insbesondere positive Auswirkungen auf individueller Ebene der Partner: eine Verbesserung der Fähigkeiten, Projekte durchzuführen, wurde von den Partnern am häufigsten zurückgemeldet (58,6%). Eine Förderung durch die Stiftung geht zudem mit einer Steigerung der Reputation einher, hiervon berichten ebenfalls 58,6% der Förderpartner. Weitere Aspekte, die über eine Förderung hinaus gehen und die beispielsweise die Vergrößerung des Netzwerkes der Partner, den Kontakt zu anderen Bereichen (Stiftungen, Öffentlichkeit) oder die Herkunftsorganisation der Partner betreffen, werden im Rahmen einer Partnerschaft mit der Fritz Thyssen Stiftung seltener berührt.

Zur Wahrnehmung der Fritz Thyssen Stiftung

Die Fritz Thyssen Stiftung genießt in den Augen ihrer Partner den Ruf einer sehr renommierten und verlässlichen Förderinstitution, deren Anspruch an die Partner im Vergleich zu 2012 größer geworden ist. Die Ergebnisse zu den Fragen der Innovativität liegen meist unterhalb des Gesamtdurchschnittes, lassen sich aber mit der offen gestalteten Förderlogik der Stiftung nachvollziehbar erklären. Für knapp 82% der Befragten gilt eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis.

Zur Transparenz der Stiftung

Die Ergebnisse zu den Fragen zur Informationspolitik der Stiftung, insbesondere in der Phase der Antragstellung, fielen vergleichend betrachtet unterdurchschnittlich aus und geben Hinweise auf mögliche Optimierungsansätze. Nur knapp die Hälfte aller bewilligten Förderpartner bewertete die Transparenz der Entscheidungsprozesse als sehr gut und gut, überdurchschnittlich häufig gab es in diesem Bereich kritische Anmerkungen.

Feedback der abgelehnten Antragsteller

Verbesserungshinweise, insbesondere zu den Entscheidungsprozessen, wurden zudem von den abgelehnten Antragstellern angeführt. Rund 80% dieser Gruppen vermissten die Nennung von Gründen, die zur Ablehnung geführt haben. Hingegen waren etwa 40% aller abgelehnten Partner mit ihrem Antrag bei einem anderen Förderer erfolgreich.

C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt des Centrums für soziale Investitionen und Innovation (CSI) der Universität Heidelberg und widmet sich der systematischen Evaluation des Kooperationsverhältnisses zwischen Stiftungen und ihren (Förder-)Partnern¹. Im Mittelpunkt der Studie, die 2014/2015 zum zweiten Mal durchgeführt wurde, steht das Ziel, ein qualifiziertes und systematisches Feedback von Antragstellern, Fördermittelempfängern und Kooperationspartnern deutscher Stiftungen einzuholen, das Aufschluss über die Arbeitsweise der jeweiligen Stiftung, die organisationale Aufstellung sowie die Umsetzung der Stiftungsstrategie geben soll. Nach dem Erfolg der Pilotstudie, die in den Jahren 2011/2012 mit sechs teilnehmenden Stiftungen durchgeführt wurde², haben sich am Follow-up-Projekt nunmehr elf Stiftungen beteiligt und das Forschungsprojekt gefördert. Es sind dies die Fritz Thyssen Stiftung für Wissenschaftsförderung, die Gerda Henkel Stiftung, die Klosterkammer Hannover, die Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung, die Niedersächsische Lotto-Sport-Stiftung, die Robert Bosch Stiftung, die Software AG-Stiftung, der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft³, die Stiftung Mercator, die VolkswagenStiftung sowie die Wilhelm Sander-Stiftung. Fünf der elf genannten Stiftungen waren bereits in der ersten Welle des Projektes beteiligt, so dass sich für diese Stiftungen neben den Querschnittsergebnissen aus der Erhebung 2015 auch weitere Aussagen zu Entwicklungen und Veränderungen der Organisation treffen lassen.

In seiner grundlegenden Idee orientierte sich Learning from Partners am US-amerikanischen „Grantee Perception Report“, stellt jedoch ein eigenständiges und unabhängiges Evaluationsprojekt dar, das spezifisch auf die Eigenschaften und Besonderheiten kontinentaleuropäischer Stiftungen hin konzipiert wurde; das Erhebungsinstrument eignet sich sowohl für reine Förderstiftungen als auch für fördernde und operativ arbeitende Stiftungen. Mit der nun vorliegenden zweiten Erhebungswelle konnte das Instrument weiter etabliert werden. Es trägt zur Optimierung des Stiftungswesens bei „im Sinne nachhaltiger, zielgerichteter Veränderungen und Verbesserungen, die sowohl bei den einzelnen Stiftungen als auch im gesamten Sektor ansetzen können“⁴. Für beide Ebenen sollen kurz die Vorteile des Projekts vorgestellt sowie eine Einordnung im Kontext der Evaluationsforschung vorgenommen werden.

Den Stiftungen, die sich für eine Evaluation im Rahmen von Learning from Partners entscheiden, bietet das Projekt die Möglichkeit, aus der Perspektive ihrer Partner wichtige und wertvolle Erkenntnisse in Hinblick auf die Ausrichtung der Stiftung und ihrer Aktivitäten zu erhalten. Die Ergebnisse können als Entscheidungsgrundlage für die strategische und operative Steuerung dienen, sie ermöglichen einen Abgleich von Selbst- und Fremdbild der Stiftung und können zudem auch öffentlichkeitswirksam eingesetzt werden. Die Ergebnisse der Learning from Partners-Studie geben Auskunft darüber, welches Ansehen die Stiftung bei ihren Stakeholdern genießt und ob die Entscheidungen über die Vergabe von Mitteln auf Akzeptanz treffen. Damit tragen sie dazu bei, die Legitimität der Stiftungsaktivitäten und der Organisationsform Stiftung im Allgemeinen zu erheben. Der Ansatz von Learning from Partners geht dabei über die Programmebene hinaus und fokussiert auf die Stiftung in ihrer Ganzheit, wobei die Performanz der Stiftung in ihren unterschiedlichen Organisationseinheiten und Prozessen (Administration, Kommunikation, Begutachtungsverfahren) im Zentrum steht. Die Evaluationsergebnisse aus Learning from Partners schaffen somit die Grundlage für eine weitere Professionalisierung des individuellen Stiftungshandelns.

1 Die gewählte männliche Form (Partner, Mitarbeiter) bezieht immer gleichermaßen weibliche Personen mit ein.

2 CSI (2012)

3 Aus Gründen der Lesbarkeit wird der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft in dieser Studie ebenfalls als „Stiftung“ bezeichnet, obwohl er nach der juristischen Form als e. V. organisiert ist.

4 CSI (2012): 8

Für den deutschen Stiftungssektor geben die Ergebnisse der Learning from Partners-Studie exemplarisch Aufschluss über die Ziele und Aktivitäten von Stiftungen, über ihr Wirken in der Gesellschaft sowie über ihr Ansehen in der breiteren Öffentlichkeit. Aufgrund der Tatsache, dass sich das Trägerkonsortium der fördernden Stiftungen in dieser zweiten Erhebungswelle nahezu verdoppelt hat, konnte eine größere Anzahl an Partnern adressiert und somit die Reichweite des Projektes vergrößert werden. Ein zusätzlicher Vorteil der größeren Anzahl beteiligter Stiftungen ist darin zu sehen, dass sich nun nicht allein ein Cluster an wissenschaftsfördernden Stiftungen bilden lässt, sondern dass auch andere, ähnlich aufgestellte und arbeitende Stiftungen zu einem Cluster gruppiert werden können, um nicht nur aus dem Feedback der Partner, sondern auch voneinander zu lernen; denn es lässt sich vermuten, dass spezifische Fragestellungen und Probleme nicht nur eine Stiftung allein betreffen. Die so geschaffene Plattform für einen Austausch erleichtert die Diskussion und letztlich auch die Verständigung über mögliche Lösungsansätze.

Jedoch stellt das Learning from Partners-Projekt keine Studie zur Wirkungsmessung von Stiftungen dar; hierzu wäre ein anderer methodischer Ansatz und Zuschnitt notwendig.⁵ Im Kontext der Evaluationsforschung positioniert sich Learning from Partners als Kombination aus Elementen der Kundenzufriedenheitsforschung (customer satisfaction) mit dem übergreifenden, neutral gedachten Ansatz der „goal free evaluation“⁶. „Als Vorteile der zielfreien Evaluation werden angeführt, dass die aufwändige, zeitraubende und schwierige Bestimmung und Gewichtung von Programmzielen wegfällt, eine zielfreie Evaluation die laufende Programmdurchführung weniger stört, weil die Akteure nicht Rechenschaft ablegen müssen, eine soziale, perzeptuelle und kognitive Beeinflussung der Evaluatoren weniger wahrscheinlich ist, da diese mit der Programmleitung und dem Personal weniger Kontakt haben, sie reversibel ist, d.h. in einer späteren Phase der Evaluation in eine zielorientierte Evaluation münden kann“⁷. Mittels der Verbindung dieser beiden Ansätze adressiert Learning from Partners die ‚Kunden‘, also die Partner der entsprechenden Stiftungen, und befragt sie über ihre vielfältigen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der Stiftung, ohne vorab Wertungen vorzunehmen. Das Erhebungsinstrument orientiert sich dabei am idealtypischen Ablauf einer Zusammenarbeit zwischen der Stiftung und ihren Partnern und fokussiert auf vier Dimensionen: die Zufriedenheit der Partner, die Bewertung der administrativen Prozesse, die Beiträge zum Capacity Building sowie die Wahrnehmung und Positionierung der Stiftung im Sektor und in der breiteren Öffentlichkeit.

5 Vgl. hierzu Then & Schober (2015)

6 Youker & Ingraham (2013)

7 Stockmann & Meyer (2014): 133

D. FORSCHUNGSDESIGN UND DURCHFÜHRUNG

Die empirische Studie Learning from Partners II ist als zweite Erhebung eines langfristig angelegten, replikativen Surveys konzipiert. In gewisser Weise ähnelt die methodische Anlage und Durchführung dem ALLBUS: „indem Fragenprogramme vollständig oder teilweise in regelmäßigen Zeitabständen wiederholt werden, soll die Bildung von langen Zeitreihen für soziologisch relevante Variablen ermöglicht werden. Um sicherzustellen, dass gemessene Veränderungen „wahren“ Wandel abbilden, ist dabei besonderer Wert auf die Vergleichbarkeit der Messungen über die Zeit zu legen.“⁸ Methodisch schließt die Studie Learning from Partners II an das Untersuchungsdesign der Pilotstudie aus den Jahren 2011/2012 an und kann zu den Trendstudien gezählt werden.⁹ Die Trendstudie besteht aus einzelnen Querschnittsuntersuchungen, die das Verhältnis und den Austausch zwischen Stiftungen und ihren Partnern zu unterschiedlichen Zeitpunkten analysieren. Grundlage und Kern ist dabei ein standardisierter Fragebogen, der die Basis für die Onlinebefragung darstellt und der zwischen 2012 und 2015 nur marginal angepasst und verändert wurde. Somit ist es möglich, eine vergleichende Ergebnisdarstellung für die Stiftungen zu erstellen, die bereits zum zweiten Mal das Projekt Learning from Partners fördern.

Da jede Erhebungswelle im Rahmen von Learning from Partners eine eigenständige Evaluation darstellt, ist es für Stiftungen jederzeit möglich, dem Forschungsprojekt beizutreten. Nicht nur der Längsschnitt, sondern auch jede Querschnittsuntersuchung ist vergleichend angelegt und positioniert die Stiftung mit ihren individuellen Ergebnissen in Relation zu den Gesamtergebnissen aller durchgeführten Umfragen einer Erhebungswelle.

Da für die Partner jeder teilnehmenden Stiftung je eine individuelle Online-Umfrage in Lime Survey programmiert wurde, konnten leichte Anpassungen vorgenommen werden: die Verwendung des Klarnamens der Stiftung ermöglicht eine größere Eindeutigkeit, die unterschiedlichen Bezeichnungen der Förderangebote¹⁰ konnten entsprechend berücksichtigt und organisationspezifischen Merkmalen wie einem zweistufigen Antragsverfahren Rechnung getragen werden. So gelang es, den Erkennungswert der Stiftung und die Eindeutigkeit der Umfrage für die Partner zu erhöhen und in der Auswertung der Ergebnisse die Teilgesamtheiten der antwortenden Partner der entsprechenden Stiftung zuzuordnen.

Als Grundgesamtheit der einzelnen quantitativen Online-Befragungen fungieren alle Personen und Organisationen, die zu den untersuchten Zeitpunkten – bei Learning from Partners II im Jahr 2014 – einen Antrag an die Stiftung gestellt hatten, der bewilligt oder abgelehnt wurde, eine laufende Projektförderung erhielten oder Kooperationspartner der Stiftung waren. Mit der durchgeführten Erhebung kann eine Momentaufnahme der Situation dieser Partner in Hinblick auf den Kontakt und die Zusammenarbeit mit der entsprechenden Stiftung ermittelt werden. Die Zusammensetzung der Stichprobe – hier die Gesamtheit aller befragten Partner für das Jahr 2014 – wird durch die stiftungsinterne Zusammenstellung garantiert. Durch das gewählte Forschungsdesign der Trendstudie können zusätzlich auch „Aussagen über Wandel und Stabilität auf Aggregatebene getätigt werden“¹¹. Es wird eine organisationale Beobachtung der Stiftung im Zeitverlauf erreicht, so dass organisationspezifische Informationen und Potentiale zur internen Prozessoptimierung und letztlich zur Professionalisierung des Stiftungshandelns identifiziert werden können.

8 Koch & Wasmer (2004): 13

9 Vgl. Stein (2014): 143

10 Z.B. „Themenbereich“, „Förderbereich“, „Förderinitiative“

11 Stein (2014): 143

Vor der Erhebung wurde der marginal veränderte Fragebogen mittels vier kognitiver Pretest-Interviews¹² auf seine Passung und Verständlichkeit hin überprüft. Angesichts des gewachsenen Förderkonsortiums und der damit einhergehenden größeren Heterogenität der Partner wurden geeignete Kandidaten für den Pretest erneut nach den Kriterien: bewilligt – nicht bewilligt – Förderart ausgewählt und interviewt. Auf Basis der Interviews wurde das Erhebungsinstrument leicht überarbeitet. Dabei wurde es überwiegend sprachlich verbessert, leichter verständlich und auch breiter anwendbar gestaltet.

Die computergestützte Online-Umfrage wurde mit der Open Source Software Lime Survey in der Zeit vom 19. Januar bis 6. März 2015 durchgeführt. Es wurden elf stiftungsindividuelle, inhaltlich identische Umfragen programmiert, die die Klarnamen und Charakteristika der Stiftungen berücksichtigten. Im Rahmen der Befragung wurden die Partner per E-Mail mit individuellen Zugangscodes zur Befragung eingeladen. Eine Online-Erhebung gewährleistet die Anonymität der Teilnehmerinnen und Teilnehmer und schließt Fehler bei der Datenerfassung aus.¹³ Die Anonymität der Antwortenden wurde durch eine Voreinstellung der Umfrage zusätzlich garantiert: indem der Zugangscode nicht mit den Antworten verknüpft gespeichert wurde, wurde eine Rückverfolgung der eingegangenen Antworten ausgeschlossen. Im genannten Erhebungszeitraum wurden 10.510 Partner der elf Stiftungen per E-Mail zur Umfrage eingeladen; an der Umfrage teilgenommen und ihren vollständig ausgefüllten Antwortdatensatz abgesandt haben 3.399 Partner. Dies entspricht einer für eine Online Umfrage sehr guten Rücklaufquote von 32,3%, die im Vergleich zur Erhebung 2012 (30,5%) noch einmal besser ausfiel.

12 Prüfer & Rexroth (2005)

13 Wagner, P. & Hering, L. (2014): 661 ff.

E. ORGANISATIONSPORTRÄT DER FRITZ THYSSEN STIFTUNG

Eine knappe Organisationsbeschreibung dient der Kontextualisierung der Ergebnisse; diese Vorbemerkung ist der Tatsache geschuldet, dass die im Konsortium von Learning from Partners vertretenen Stiftungen in ihrer Zielsetzung, Ausrichtung und Organisationsstruktur sehr heterogen aufgestellt sind. Da die stiftungsindividuell erzielten Ergebnisse an den Durchschnittsergebnissen, die sich aus allen elf durchgeführten Umfragen zusammensetzen, gespiegelt werden, bereitet die kurze Darstellung der Stiftungsstruktur und der Stiftungsziele den Boden für die Besonderheiten, die bei der Betrachtung und Analyse der einzelnen Ergebnisse mit berücksichtigt werden müssen.

Die Fritz Thyssen Stiftung für Wissenschaftsförderung wurde am 7. Juli 1959 als erste private wissenschaftsfördernde Stiftung nach dem 2. Weltkrieg in Köln gegründet. Sie hat im Jahr 1961 ihre aktive Tätigkeit aufgenommen, wobei die besondere Förderung im Bereich der Geisteswissenschaften und der Medizin lag.

Aktuell erstrecken sich Förderaktivitäten der Stiftung auf fünf Bereiche, namentlich: den Bereich „Geschichte, Sprache und Kultur“, den Querschnittbereich „Bild und Bildlichkeit“, den Bereich „Staat, Wirtschaft und Gesellschaft“, den Querschnittbereich „Internationale Beziehungen und den Bereich „Medizin und Naturwissenschaften“. Des Weiteren werden auch internationale Stipendien- und Austauschprogramme gefördert. Als Förderarten bietet die Fritz Thyssen Stiftung Projektförderungen, Tagungsförderung, Stipendien sowie Reise-, Druck- und Bibliotheksbeihilfen an. Der größte Teil der Mittel fließt in die Projektförderung, gefolgt von Stipendien und wissenschaftlichen Veranstaltungen.

„Geschichte, Sprache und Kultur“ stellt jährlich den größten Förderbereich der Fritz Thyssen Stiftung dar. Meist über die Hälfte der insgesamt bewilligten Mittel kommen diesem Bereich zugute. Die Bereiche „Staat, Wirtschaft und Gesellschaft“ sowie „Medizin und Naturwissenschaften“ machen jährlich jeweils rund 20 Prozent der insgesamt bewilligten Fördermittel aus.

Seit dem Bestehen der Stiftung wurden rund 460 Millionen Euro für die Förderung der Wissenschaften bewilligt. Im Jahr 2013 betrug die Fördersumme 19 Millionen Euro. In der Geschäftsstelle sind 18 Mitarbeiter beschäftigt.

Anträge an die Stiftung können grundsätzlich nur aus einer Hochschule bzw. gemeinnützigen Forschungseinrichtung heraus gestellt werden. Anträge, welche sich zur selben Zeit zur parallelen Bearbeitung bei anderen Förderungsinstitutionen befinden, werden nicht berücksichtigt.

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

In den folgenden Kapiteln werden die erzielten Ergebnisse aus der Umfrage für die Partner der Stiftung im Vergleich zum Durchschnitt aus allen elf Umfragen vorgestellt (Gesamtsample). Die Gliederung orientiert sich an den Dimensionen, die im Erhebungsinstrument berücksichtigt wurden. Abgesehen von den Angaben zu den Strukturdaten wurden bei der Auswertung die Daten gewichtet, so dass alle elf Stiftungen im Gesamtsample gleichermaßen repräsentiert sind. Die Auswertung unter VII. basiert auf einem Subsample, das ausschließlich aus abgelehnten Antragstellern besteht.

I. Strukturdaten der Partner der Fritz Thyssen Stiftung

Zur Teilnahme an der Erhebung im Rahmen von Learning from Partners II wurden 2.346 stiftungsintern ausgewählte Partner der Fritz Thyssen Stiftung eingeladen, die zwischen Oktober 2013 und September 2014 mit der Stiftung in Kontakt waren. Im Erhebungszeitraum vom 20. Januar bis 6. März klickten 902 Personen auf den Link zur Umfrage; letztlich vollständig ausgefüllt wurde der Survey von 633 Partnern der Fritz Thyssen Stiftung. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 27%. Unter den 633 vollständig ausgefüllten Datensätzen befinden sich die Angaben von 440 bewilligten und 193 abgelehnten Antragsteller.

Betrachtet man die strukturellen Angaben der Partner der Fritz Thyssen Stiftung, so ist es nicht weiter verwunderlich, dass die rein wissenschaftsfördernde Stiftung hauptsächlich Anträge von Personen aus dem universitären Umfeld erhält. Dieser Personenkreis stellt mit 82,9% die weitaus größte Gruppe dar. Gemeinnützige Forschungseinrichtungen sowie andere Hochschulen folgen auf den weiteren Plätzen. Vereinzelt finden sich zudem die Angaben von Privatpersonen, Museen, Stiftungen oder anderen Assoziationen in den Antworten wieder.

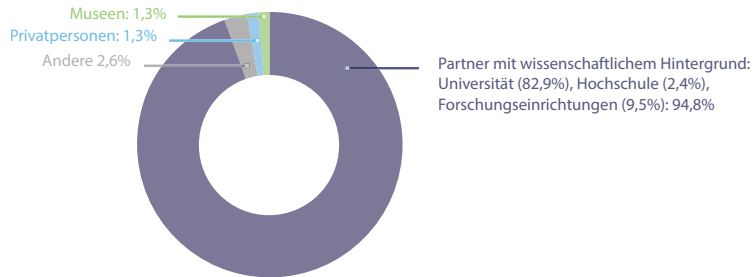
Die größte Gruppe unter den befragten Partner hat bei der Fritz Thyssen Stiftung eine Projektförderung beantragt, diese Option wählten 47,6% aller Befragten. An zweiter Stelle steht mit 32,7% die Tagungsförderung. Stipendiaten stehen mit 6,5% an dritter Stelle, darüber hinaus wurden seitens der Partner Zuschüsse für Reisekosten (5,2%) beantragt. Die restlichen Antwortoptionen wurden nur in geringem Umfang gewählt. Die Tabelle zeigt ein breites Spektrum an unterschiedlichen Förderzuschnitten, die die Fritz Thyssen Stiftung in ihrem Portfolio anbietet, wobei der Schwerpunkt auf der Projekt- und Tagungsförderung liegt.

Gefragt nach der Häufigkeit der Antragstellung bei der Fritz Thyssen Stiftung, gibt über die Hälfte der befragten Partner (52,1%) an, zum ersten Mal einen Antrag an die Stiftung gestellt zu haben. Mit 46,3% hat nahezu die zweite Hälfte alle Partner in den vergangenen 5 Jahren zwischen zwei und vier Anträge an die Stiftung gestellt. Häufige Antragsteller bei der Fritz Thyssen Stiftung mit fünf bis zehn Anträgen während der vergangenen Jahre sind mit 1,6% nur zu einem geringen Prozentsatz unter den Partnern vertreten.

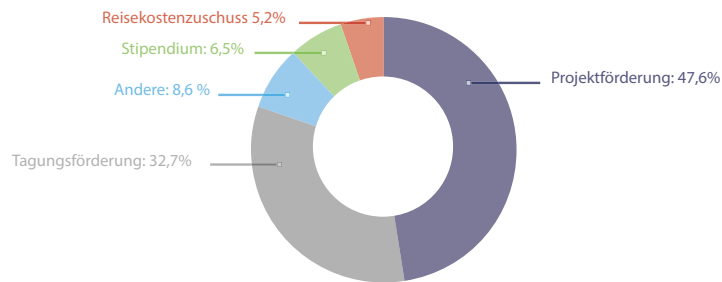
Auch wenn über die Hälfte der befragten Partner zum ersten Mal einen Antrag an die Fritz Thyssen Stiftung stellen, so sind jedoch als recht erfahrene Antragsteller einzuschätzen: Auf die Frage, wie viele Anträge auf Förderung sie in den vergangenen fünf Jahren allgemein gestellt haben, wählten 43% der Partner der Fritz Thyssen Stiftung die Kategorie „2-4“, weitere 35,5% haben zwischen fünf und zehn Anträgen auf Förderung gestellt. 12% der Partner können als Antrags- und Drittmittelexperten eingeschätzt werden, bei mehr als 10 Anträgen auf Förderung in den vergangenen fünf Jahren ist diese Interpretation nicht abwegig.

Abb. 1 – 4: Struktur des Antwortsamples

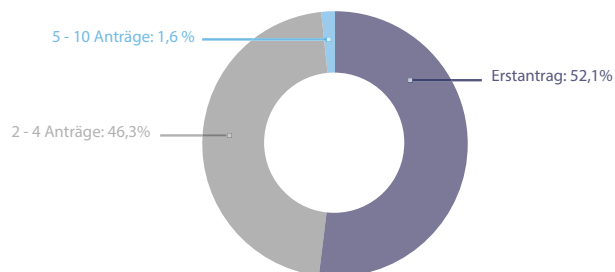
Herkunftsorganisation der Partner



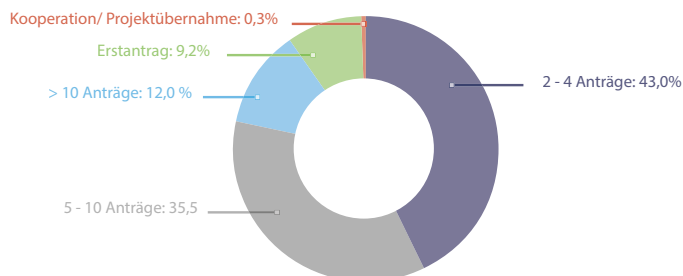
Art der Förderung



Häufigkeit der Antragsstellung während der vergangenen 5 Jahre (bei der Stiftung)



Häufigkeit der Antragsstellung während der vergangenen 5 Jahre (bei jedweder Förderorganisation)



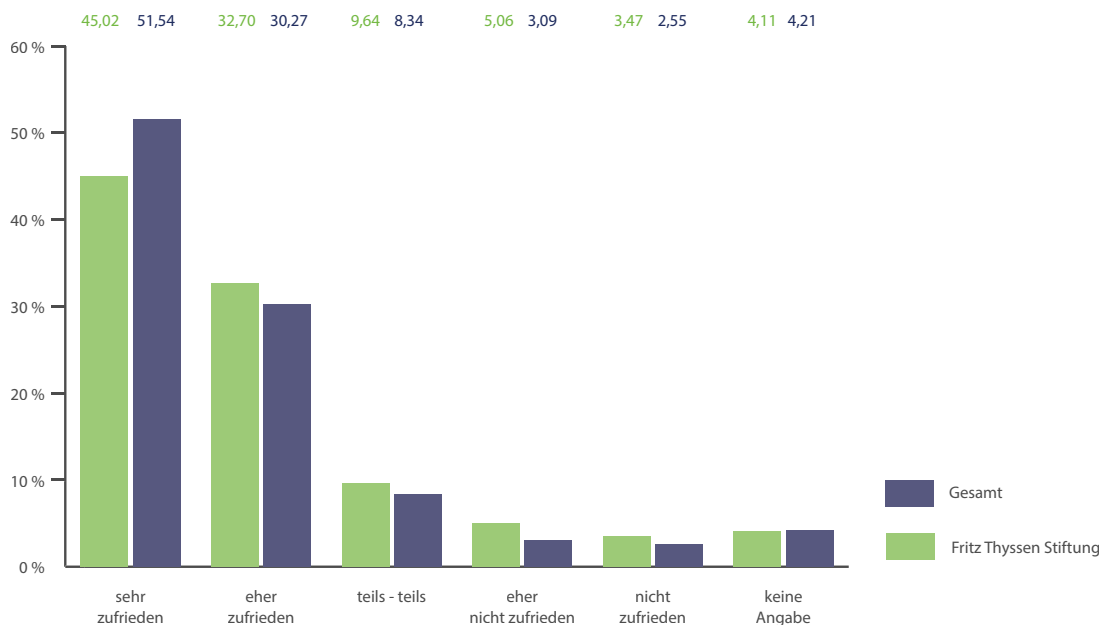
II. Zur Zufriedenheit der Partner

Ein zentrales Erkenntnisinteresse der Studie ist die Erhebung der Zufriedenheit der Partner im Kontakt und in der Zusammenarbeit mit den Stiftungen. Um dieses subjektive Kriterium möglichst detailliert und systematisch abzubilden, wurden dementsprechende Fragen an unterschiedlicher Stelle des Erhebungsbogens platziert, um die Zufriedenheit der Partner in den unterschiedlichen Phasen der Zusammenarbeit erfragen zu können.

Ein erstes Item der Dimension Zufriedenheit bezog sich auf die Phase der Antragstellung und konnte von allen Partnern (bewilligte und abgelehnte Antragsteller) beantwortet werden.

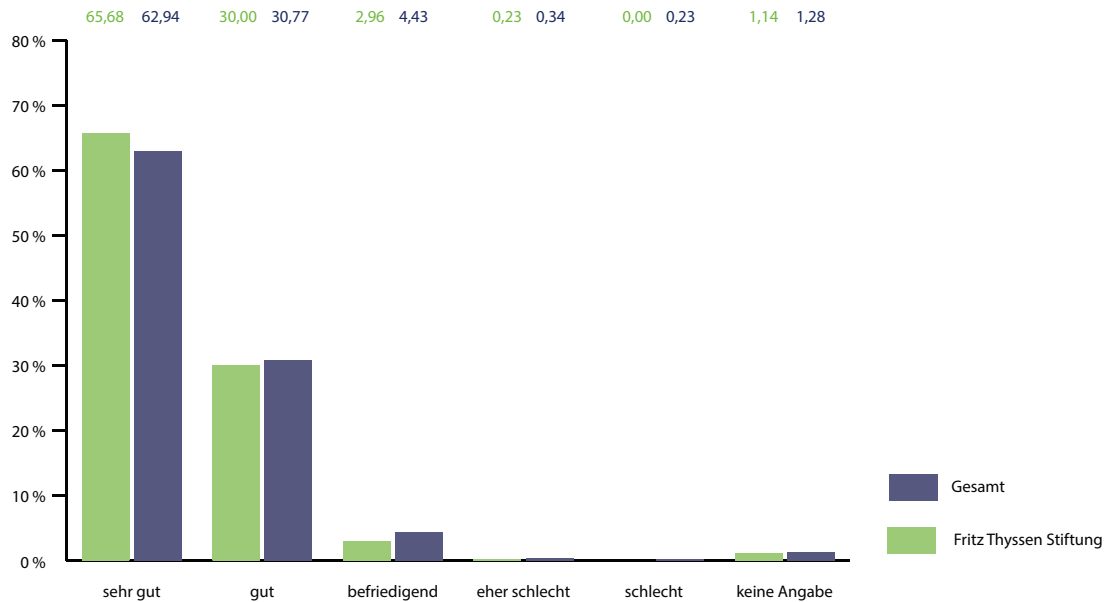
Die Abbildung 5 zeigt, dass sich 45% der Partner auf diese Frage sehr zufrieden äußern, weitere 32,7% sind mit dem Kontakt zur Fritz Thyssen Stiftung eher zufrieden; es lassen sich unter der Gruppe der sehr zufriedenen Partner leichte Abweichungen nach unten feststellen, hingegen sind im Vergleich zum Gesamtsample mehr Partner „eher zufrieden“. Bei den weiteren Antwortoptionen liegen die Angaben der Partner der Fritz Thyssen Stiftung oft leicht über dem Durchschnitt des Gesamtsamples; wenn auch im niedrigen einstelligen Prozentbereich, so gibt es doch eine gewisse Anzahl an Partnern, die sich für die Phase der Antragstellung eher nicht zufrieden (5,1%) oder nicht zufrieden äußern (3,5%).

Abb. 5: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?



Die Frage nach der Bewertung der Partnerschaft konnte nur von den bewilligten Partnern beantwortet werden (Abb. 6). Die vergleichende Auswertung zeigt für die Antwortoption sehr gut mit 65,6% ein leicht überdurchschnittliches Ergebnis. Weitere 30% der Partner bewerten die Partnerschaft als „gut“ und liegen damit nahezu auf der Höhe des Durchschnitts. Ergänzend mit dem Hinweis, dass kein Partner eine schlechte Bewertung abgegeben hatte, zeugt dieses Ergebnis von einer sehr hohen Zufriedenheit unter den geförderten Partner der Fritz Thyssen Stiftung.

Abb. 6: Wie bewerten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung insgesamt?



Eine weitere Frage aus der Dimension Zufriedenheit fokussierte auf die Kommunikation mit der Ansprechperson innerhalb der Stiftung (Abb. 7). Auch diese Frage befand sich im Teilblock, der nur von den bewilligten Partnern ausgefüllt werden konnte. Addiert man die Angaben der Partner, die sich sehr zufrieden und eher zufrieden äußern, so ist diese Summe nahezu identisch mit den Durchschnittswerten des Gesamtsamples. Der geringere Prozentsatz an sehr zufriedenen Partnern wird durch das überdurchschnittliche Ergebnis der eher zufriedenen Partner ausgeglichen. Die weiteren Prozentwerte liegen auf der Höhe des Durchschnitts. Angesichts der schlanken Organisationsstruktur kann sich die Fritz Thyssen Stiftung in dieser Frage gut behaupten.

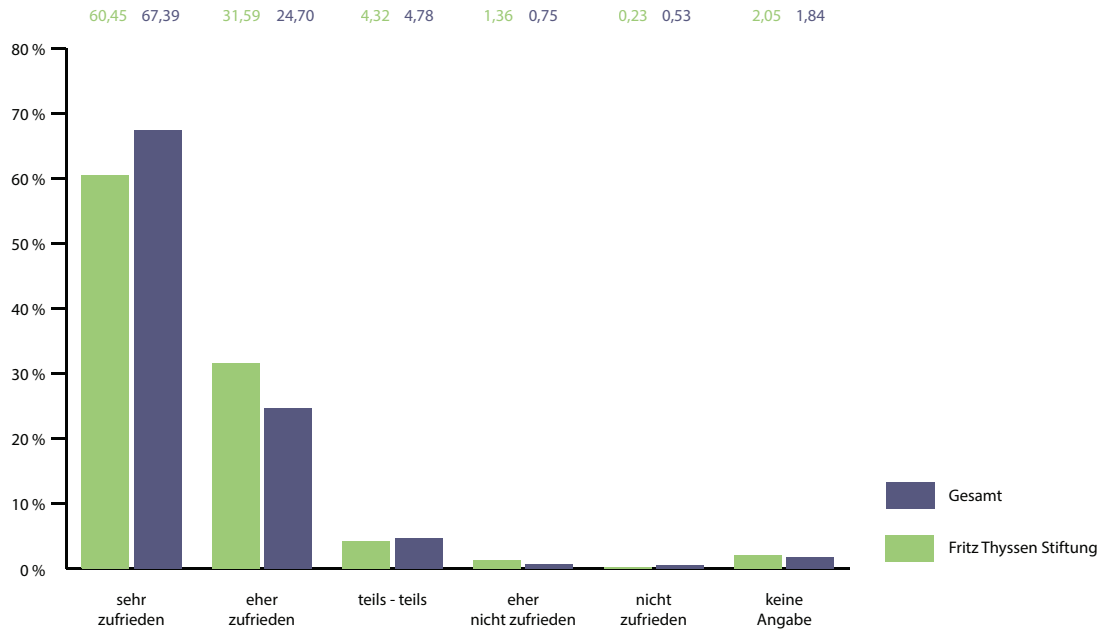
In den qualitativen Angaben, die zur Frage der Kommunikation mit der Ansprechperson möglich waren, gab es unterschiedliche Rückmeldungen. Positiv vermerkte ein Partner:

„Die Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern der Fritz Thyssen Stiftung war auf allen Ebenen effizient, unkompliziert und sehr angenehm.“

Eine kritische Anmerkung lautet wie folgt:

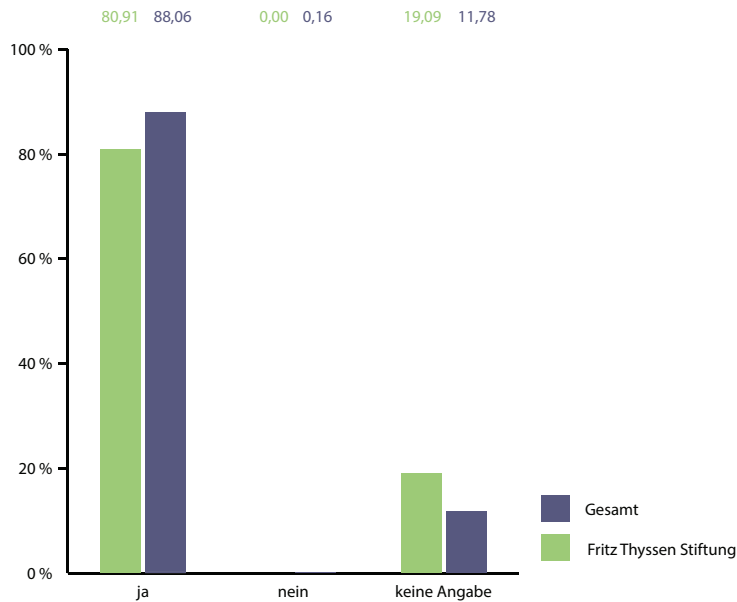
„Die StiftungsvertreterInnen haben wenig inhaltliches Interesse bekundet. Es gab kein Feedback zum Auswahlverfahren. Die Fördersumme lag unter der beantragten Summe.“

Abb. 7: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kommunikation mit Ihrer Ansprechperson innerhalb der Stiftung?



Die rhetorische Frage, ob das Projekt die Ziele der Stiftung befördere (Abb. 8), wurde den bewilligten Partnern aus mehreren Gründen gestellt: sie gibt Aufschluss über die Kommunikation der Stiftungsziele nach außen und über die Kenntnis dieser Ziele unter den Partnern. Letztlich ist dies auch eine Frage der Identifikation der Partner mit der Stiftung, die sich unter dem Begriff „commitment“ fassen lässt. Knapp 81% der Partner der Fritz Thyssen Stiftung stimmen der Aussage zu und sind der Ansicht, dass ihr Projekt die Ziele der Stiftung befördere. Kein Partner hat sich gegenteilig geäußert, interessant an diesem Ergebnis sind die knapp 20%, die keine Angabe machen konnten oder wollten. Die Förderung von Wissenschaft als Stiftungszweck mag von einigen Partnern als schwer zu beurteilende Komponente wahrgenommen werden.

Abb. 8: Mein Projekt befördert die Ziele der Stiftung.



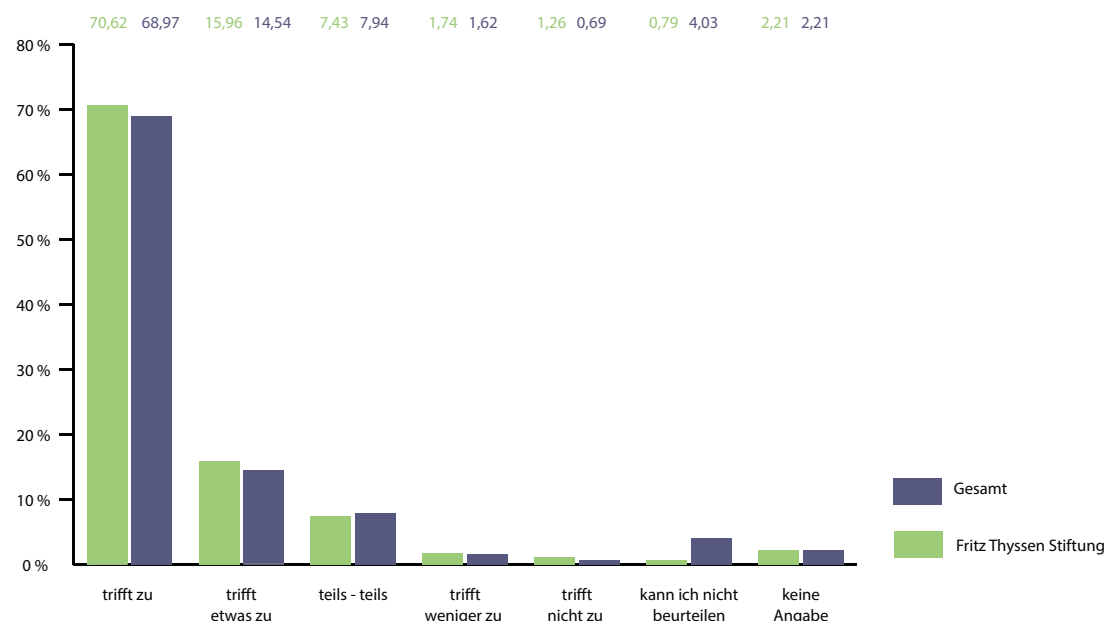
Zusammenfassend lässt sich für die Dimension der Zufriedenheit ein recht positives Bild für die Fritz Thyssen Stiftung konstatieren, die geringfügigen Abweichungen nivellieren sich in der Summe, so dass die Stiftung die allgemein hohen Zufriedenheitswerte des Gesamt-samples stets erreicht.

III. Bewertung der administrativen Prozesse

Das Verhältnis zwischen Stiftungen und ihren Partnern wird mittels zahlreicher administrativer Prozesse strukturiert und geprägt. Da Learning from Partners als Ansatz der Organisationsevaluation angelegt ist, ist die Bewertung der administrativen Elemente wesentlich, um über die Organisationsstruktur und die Performanz Auskunft geben zu können. Zur Bewertung der administrativen Prozesse gingen zahlreiche Frage in das Erhebungsinstrument ein, wobei der Schwerpunkt auf der Phase der Antragstellung lag.

Die erste Frage widmete sich der „Angebotsdarstellung“ der Stiftung. Die Partner wurden um ihre Einschätzung gebeten, ob aus den Ausschreibungen oder Informationen der Stiftung klar hervorgehe, welcher Typ von Projekten gefördert werde. Die vergleichende Auswertung zeugt von einer klaren und eindeutigen Darstellung der Förderangebote durch die Fritz Thyssen Stiftung, die vollständige und teilweise Zustimmung zu der Aussage liegt jeweils über dem Durchschnitt des Gesamtsamples; auch gab es verhältnismäßig betrachtet weniger Partner, keine Beurteilung vornehmen konnten (0,8% zu 4% im Gesamtsample). Eine Verneinung der Aussage wurde lediglich von 1,3% der Partner vorgenommen.

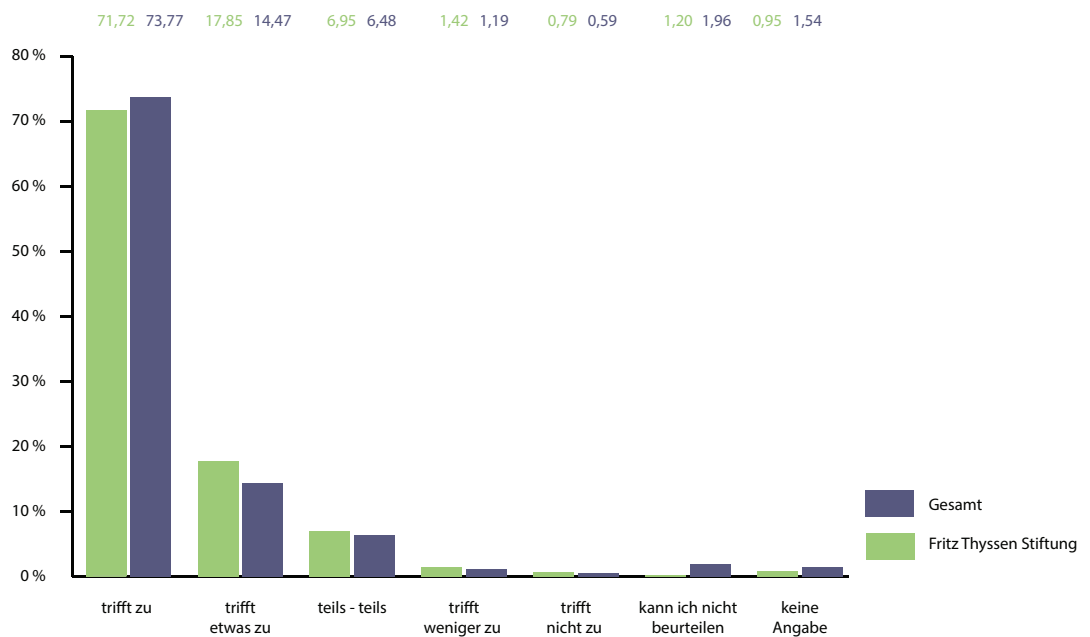
Abb. 9: Aus den Ausschreibungen oder Informationen der Stiftung geht klar hervor, welcher Typ von Projekten gefördert wird.



Anschließend an die Frage nach der Darstellung des Förderangebots wurden alle Partner gebeten, die Klarheit der formalen Anforderungen an einen Antrag zu bestimmen (Abb. 10). Dies ist ein zentraler Punkt für die Partner in der Phase der Antragstellung, denn die Formulierung eindeutiger formaler Anforderungen hilft beiden Seiten, der Stiftung, indem sie Anträge erhält, die ihren Ansprüchen gerecht werden und den Antragstellern, die entlang der Vorgaben ihren Antrag erstellen können.

Der Großteil der Partner der Fritz Thyssen Stiftung bewertet die formalen Anforderungen als eindeutig, zu diesen 71,7% kommen weitere 17,9%, die der Aussage etwas zustimmen können. Die gegenteiligen Meinungen bewegen sich – analog der Ergebnisse des Gesamtsamples – im niedrigen, einstelligen Prozentbereich. Somit lässt sich für die Fritz Thyssen Stiftung festhalten, dass ihre Hinweise für Antragsteller sowie die gestellten Anforderungen an einen Antrag größtenteils als klar und eindeutig bewertet wurden.

Abb. 10: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig.



Die sich anschließende Frage widmete sich einem Transparenz- und Kommunikationsaspekt, der ebenfalls in den Bereich der Administration der Stiftung fällt (Abb. 11). Alle Partner wurden gefragt, ob sie über den weiteren stiftungsinternen Fortgang nach Einreichung ihres Antrages informiert waren. Etwa 25,6% gaben an, vollständig informiert gewesen zu sein, weitere 40,1% sahen sich als teilweise informiert. Kumuliert 14% sehen sich eher schlecht oder schlecht informiert und fallen damit auf die beiden letzten Kategorien. Diese – im Vergleich zu den bisherigen Antworten – breite Streuung der Antworten spiegelt sich auch in den qualitativen Angaben wider, die zu dieser Frage möglich waren.

Aus Sicht der informierten Partner klingt es wie folgt:

„Alles ist sehr transparent und die Mitarbeiter der Stiftung sind sehr hilfsbereit“

Fühlen sich die Partner nur teilweise informiert, schlägt sich dies auch in den Formulierungen nieder:

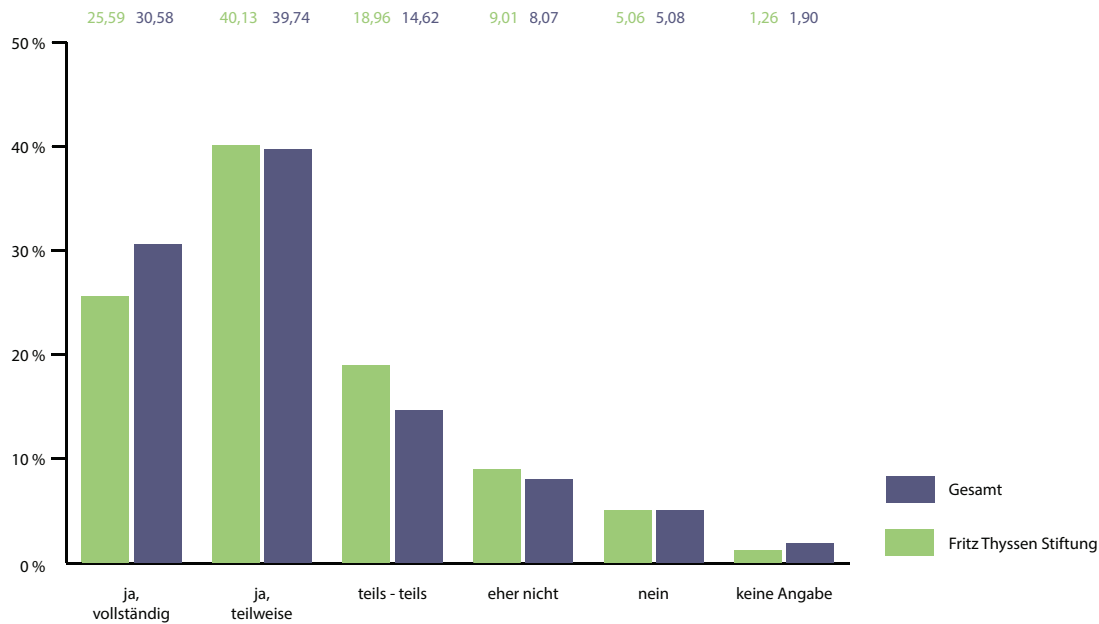
„Etwas mehr Transparenz über die stiftungsinternen Abläufe wäre hilfreich (Zeitraum der Begutachtung, Bewilligung).“

Am anderen Ende der Skala korrelieren mit den negativen Wertungen folgende Aussagen:

„Die Bearbeitung des Antrags war sehr undurchsichtig. [...] Es wurden keine Angaben über das Auswahlverfahren oder den Grund für die begrenzte Förderung mitgeteilt.“

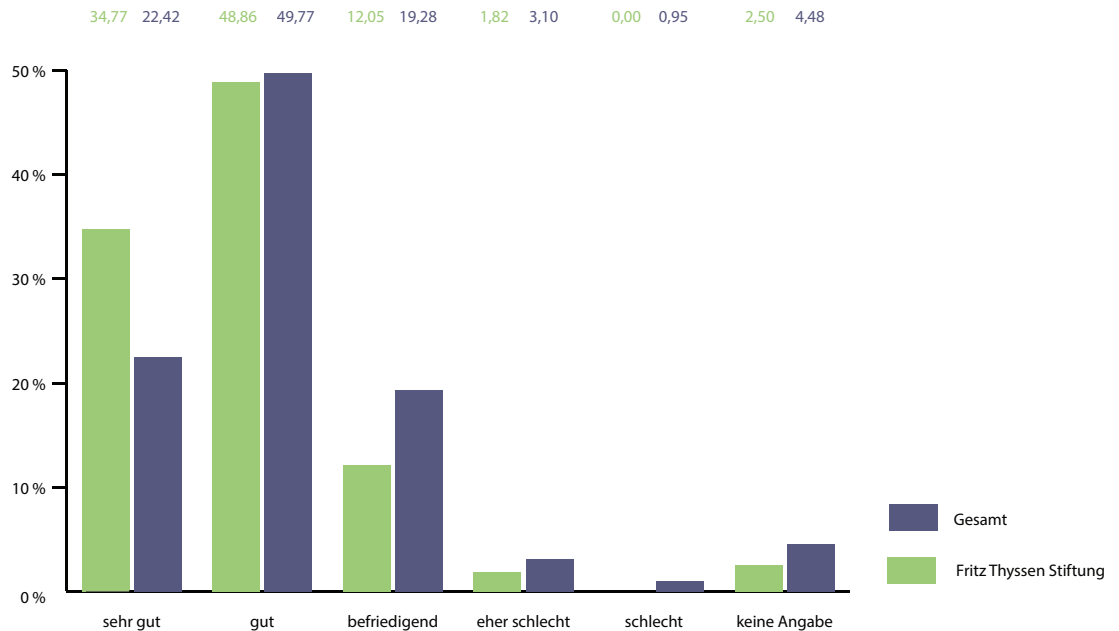
Aus quantitativer und qualitativer Sicht ergeben sich hier Optimierungsmöglichkeiten für die Stiftung in der Informations- und Kommunikationspolitik.

Abb. 11: Waren Sie über den weiteren, stiftungsinternen Ablauf informiert, nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten



Im weiteren Verlauf der Umfrage konnten die geförderten Partner den administrativen Aufwand, den Sie im Rahmen des Projektes zu erledigen haben und hatten, bewerten (Abb. 12). Mit 48,9% bewertete der Großteil der Partner den Aufwand als „gut“, damit liegt das Ergebnis in etwa auf der Höhe des Durchschnitts. Auffällig ist mit 34,8% die überdurchschnittlich häufige gewählte, sehr gute Bewertung. In Kombination mit dem Resultat, dass die eher schlechten Wertungen unterdurchschnittlich häufig oder gar nicht gewählt wurden, lässt sich daraus das Ergebnis ableiten, dass die Fritz Thyssen Stiftung den administrativen Aufwand für ihre Förderpartner in einem sehr angemessenen und für die Partner geschätzten Rahmen hält. Diese unbürokratische Arbeitsweise ist ein zentrales Charakteristikum der Fritz Thyssen Stiftung und taucht an anderen Stellen der Erhebung mehrmals auf.

Abb. 12: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand für das Projekt?



Im Fokus der letzten Frage im Komplex der Bewertung administrativer Prozesse lagen stiftungsinterne Dokumente, mit welchen Aufgaben und Verantwortlichkeiten zwischen der Stiftung und ihren Förderpartnern geregelt werden. Das zentrale Dokument, das die Zusammenarbeit zwischen Stiftung und Partner auch juristisch etabliert, sind die Bewilligungsbedingungen; diese werden von einem Großteil der Partner (50,7%) der Fritz Thyssen Stiftung als sehr hilfreich eingeschätzt, weitere 36,1% werten die Dokumente als eher hilfreich. Die verbleibenden Bewertungen erzielten maximal einstellige Prozentangaben oder wurden gar nicht gewählt.

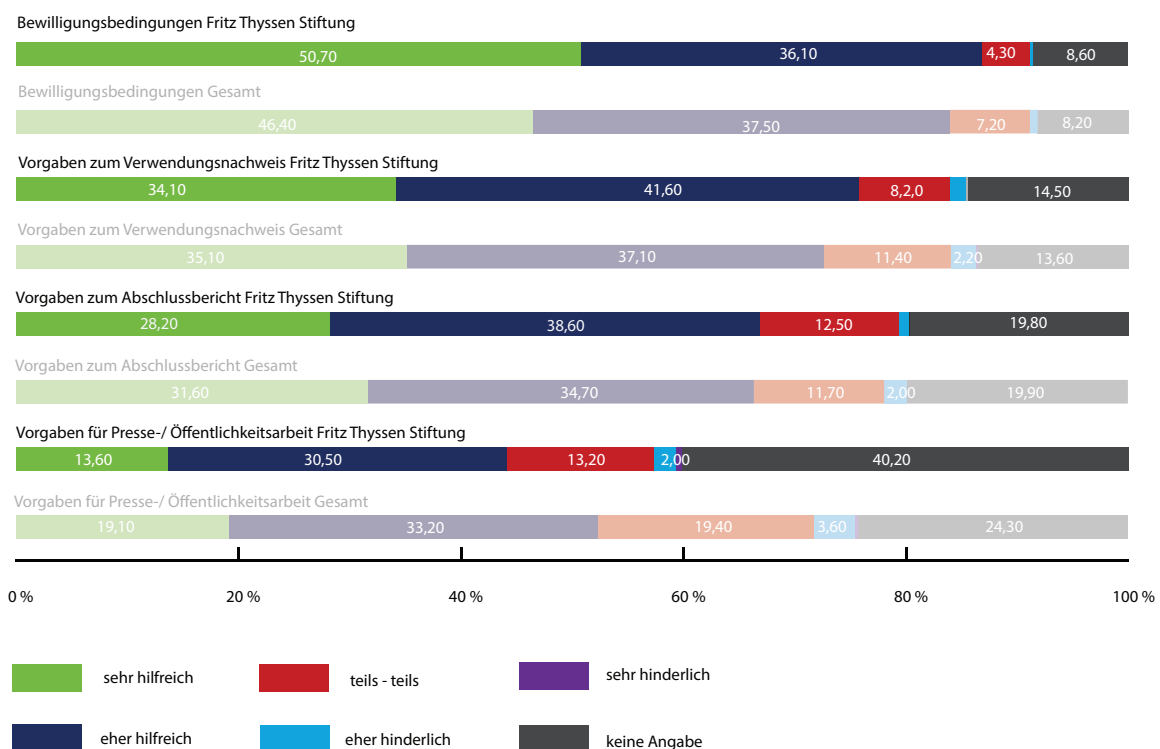
Auch die Vorgaben zum Verwendungsnachweis werden in ihrer Nützlichkeit für die Partner überwiegend positiv bewertet, für 34,1% der Förderpartner sind diese Drucksachen sehr hilfreich (das Durchschnittsergebnis des Gesamtsamples liegt mit 35,1% nur leicht über diesem Wert), weitere 41,6% werten die Dokumente als eher hilfreich (im Vergleich zu 37,5% im Gesamtsample).

Die Dokumente, die Vorgaben zum Abschlussbericht beinhalten, schneiden etwas schlechter ab, hier sind es 28,2% der Förderpartner, die sie als sehr hilfreich empfinden, das Gros der Partner der Fritz Thyssen Stiftung bewertet diese mit 38,6% als eher hilfreich. Auffällig ist ein Wert, der knapp 20% erreicht: es sind dies die Rückmeldungen von Partnern, die keine Angabe geben konnten oder wollten. Dies lässt sich mit der verhältnismäßig großen Zahl an Tagungsförderungen erklären, für die diese Empfehlungen und Hinweise in geringerem Umfang gelten. Eine weitere Erklärung könnte sein, dass es keine separate Drucksache gibt, mittels der die Berichtspflicht vorgegeben ist, auf der Internetpräsenz der Stiftung wird lediglich mit einem Satz darauf hingewiesen.

Noch knapper fallen die Bewertungen der Vorgaben der Stiftung zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aus. Mit 40,2% kann die größte Gruppe der Partner keine Bewertung abgeben. Weitere 30,5% werten die Vorgaben für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als eher hilfreich, 13,6% als sehr hilfreich, 13,2% äußern sich unentschieden.

Zusammenfassend lassen sich alle bewerteten Dokumente als überwiegend hilfreich einschätzen, es gibt nur marginale Abweichungen im Vergleich zum Gesamtsample. Als potentielle Verbesserungsmöglichkeit könnte der Fritz Thyssen Stiftung empfohlen werden, sich intern nochmals Gedanken über die Ausrichtung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Vorgaben zum Abschlussbericht zu machen und je nach Strategie diese umzuformulieren.

Abb. 13: Aufgaben und Verantwortlichkeiten in der Zusammenarbeit zwischen Stiftung und Partner müssen geregelt werden. Wie beurteilen Sie die folgenden Dokumente?



IV. Beiträge zum Capacity Building

Stiftungen können ihre Partner nicht nur durch die Bereitstellung finanzieller Ressourcen unterstützen. Indem die Partner mit Hilfe der Stiftung Projekte realisieren, erwerben die Partner zugleich Kompetenzen, etwa beim Projektmanagement oder in der Öffentlichkeitsarbeit. Solche Veränderungen auf individueller oder institutioneller Ebene waren lange Zeit als Nebeneffekte betrachtet worden. In den vergangenen Jahren haben Stiftungen jedoch verstärkt ihr Augenmerk auf diesen Bereich gelegt und Angebote entworfen, um ihre Partner beim Aufbau von Kompetenzen zu unterstützen. In der Erhebung im Rahmen von Learning from Partners wird dieser Teilbereich des Capacity Building mitevaluiert, diesbezügliche Fragen sind an unterschiedlichen Stellen des Fragebogens verortet. Je nach Ausrichtung und Strategie der Stiftung können Capacity Building Elemente mit zu den wichtigsten Effekten im Rahmen einer Stiftungsförderung betrachtet werden.

Beginnend in der Phase der Antragstellung konnten alle Partner die Unterstützungsangebote, die ihnen seitens der Stiftung bereitgestellt wurden, bewerten. Mit 46,4% wurde die Korrespondenz mit den Mitarbeitern der Fritz Thyssen Stiftung als wesentlichste und beste Form der Unterstützung bewertet, im Durchschnittssample fällt dieses Ergebnis jedoch um etwa 10% höher aus (56,3%). Weitere 22% der Partner bewerten die Korrespondenz als gut, am negativen Ende der Skala sind es 1,1% die sich kritisch äußern. Mit 18,5% der Angaben fällt die Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ verhältnismäßig groß aus.

An zweiter Stelle der Unterstützungsangebote in der Phase der Antragstellung stehen für die Partner die detaillierten Informationen, die auf der Internetseite der Stiftung angegeben sind. Diese werden im Vergleich zum Gesamtssample überdurchschnittlich positiv bewertet (33,3% an sehr guten Wertungen unter den Partnern der Fritz Thyssen Stiftung, 26,9% im Durchschnitt).

An dritter Stelle stehen die Merkblätter und Hinweise für Antragsteller; hier liegen die Wertungsergebnisse aus der Umfrage der Fritz Thyssen Stiftung auf nahezu identischer Linie zum Gesamtssample.

An letzter Stelle liegt – sowohl für die Partner der Fritz Thyssen Stiftung wie für alle Befragten der elf Stiftungen – die Nennung vergleichbarer Projekte. Bemerkenswerter „Ausreißer“ bei dieser Antwortoption ist der verhältnismäßig große Anteil an Partnern (rund 30%), die dies nicht beurteilen können oder keine Angaben machen.

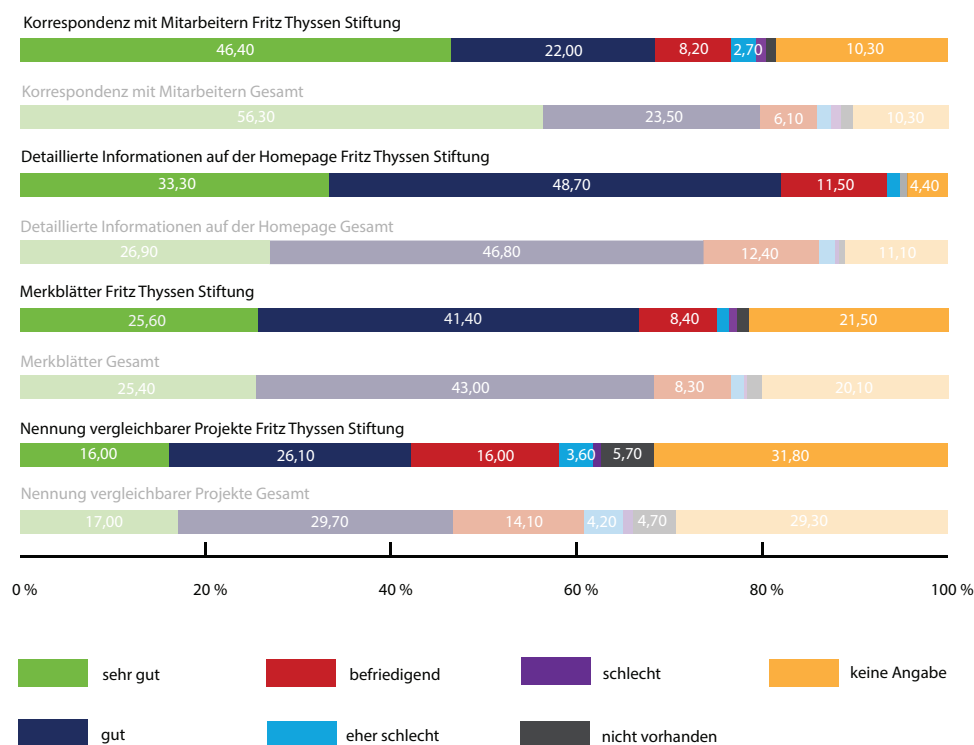
Somit bleibt festzuhalten, dass der persönliche Kontakt zu den Mitarbeitern der Stiftung die wesentlichste und wichtigste Form der Unterstützung in der Phase der Antragstellung darstellt. In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, wurde dies noch deutlicher:

„Ich nutze gern die Möglichkeit der telefonischen Nachfrage. Ein persönliches Gespräch hat doch noch mehr Facetten als die öffentlichen Texte, ich kann auch Modales aus der Intonation ablesen usw. Ich habe mich immer sofort und in der Regel auch gut beraten gefühlt.“

Vereinzelt gab es auch negative Äußerungen:

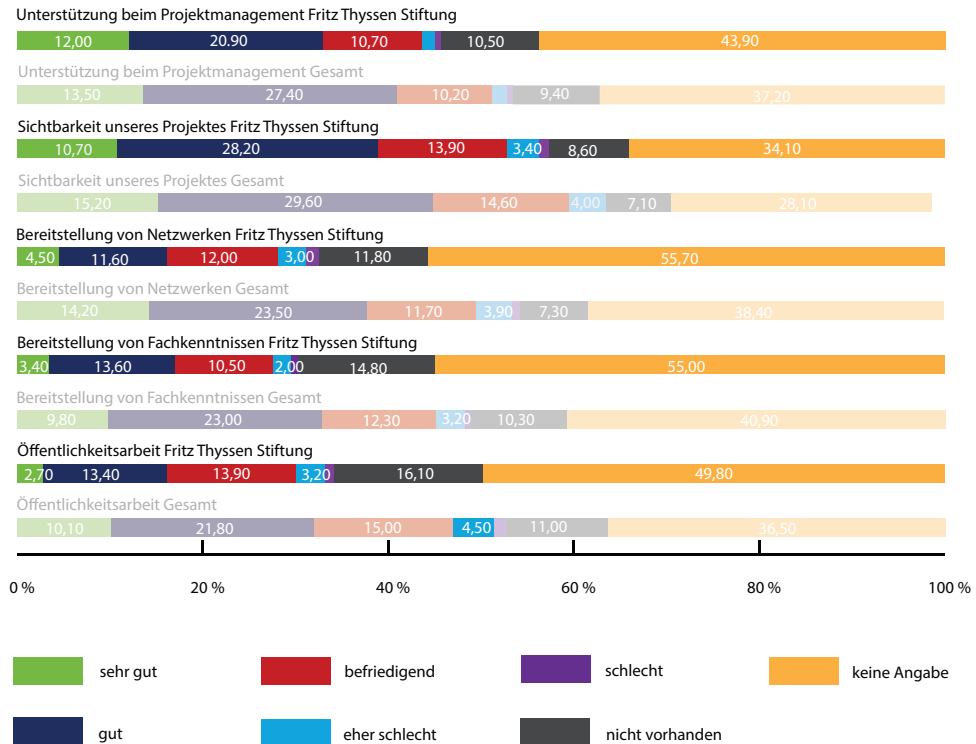
„No information and no support was given by the Thyssen Foundation. This was remarkable as the applicant has been awarded grants by the EU, DFG, AHRC and British Academy previously and never encountered this lack of support and communication in these other agencies.“

Abb. 14: Für die Phase der Antragstellung bieten Stiftungen Hinweise und Hilfestellungen an. Wie bewerten Sie folgende Unterstützungsangebote der Stiftung?



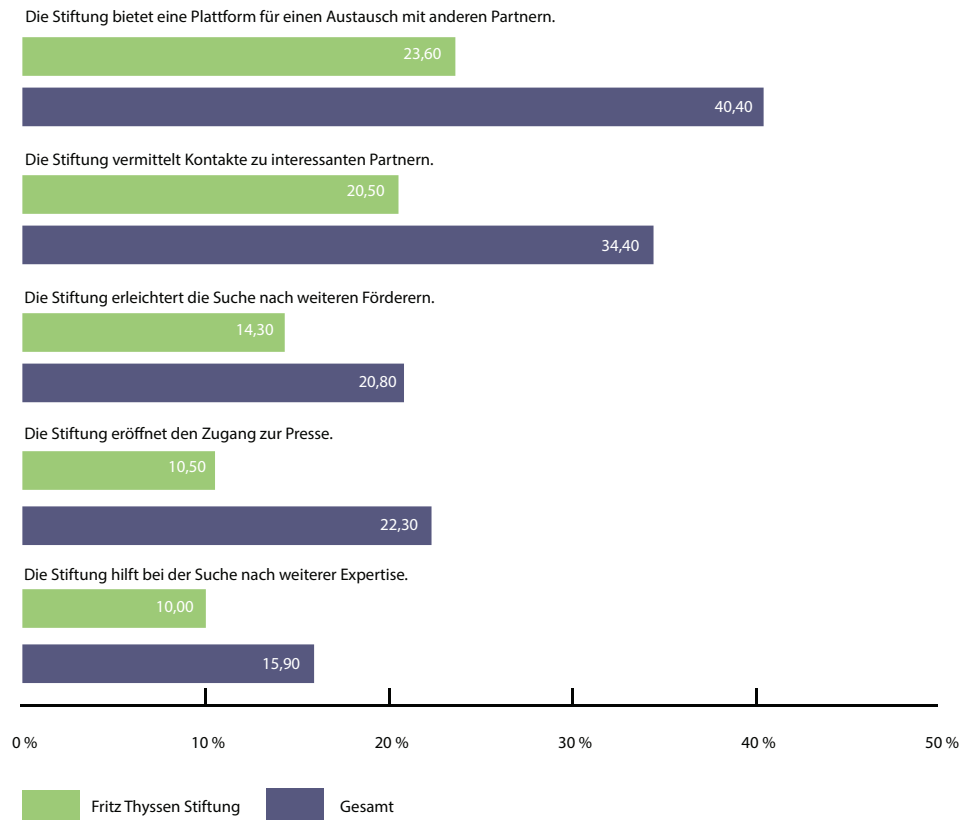
Im weiteren Verlauf der Umfrage wurden die geförderten Partner gebeten, verschiedene Unterstützungsangebote der Fritz Thyssen Stiftung während der Projektphase zu bewerten (Abb. 15). Bei einem ersten Blick auf die vergleichenden Ergebnisse ist auffällig, dass bei allen fünf vorgegebenen Items seitens der Partner der Fritz Thyssen Stiftung die Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ am häufigsten gewählt wurde. Addiert man die Spalte „nicht vorhanden“ hinzu, sind es meist nahezu 50% der Förderpartner, die keine Wertung abgeben können. Vergegenwärtigt man sich der Strategie und Ausrichtung der Stiftung, so sind diese Ergebnisse zunächst kein Grund zur Besorgnis: die Stiftung versteht sich als Dienstleisterin für ihre Antragsteller und Förderpartner, die in einem offenen Förderverfahren bestrebt ist, die wissenschaftsimmanent besten Vorhaben zu fördern. Betrachtet man diese Kernaufgabe noch unter der Perspektive der relativ schlanken Organisationsstruktur der Stiftung, so ist zumindest nachvollziehbar, dass weitere Unterstützungsleistungen und –angebote seitens der Stiftung nicht im Aufgabenschwerpunkt liegen. Und wenn die Gruppe der Antragsteller aus spezialisierten Wissenschaftlern besteht, so ist nachvollziehbar, dass die „Bereitstellung von Fachkenntnissen“ nur von rund 30% der Förderpartner überhaupt bewertet wurden; unter diesen waren 3,4% an sehr guten, 13,6% an guten und 10,5% an befriedigenden Bewertungen. Die Ergebnisse für die Items „Bereitstellung von Netzwerken“ und „Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit“ sind in Tendenz und Umfang nahezu identisch. Im zweistelligen Prozentbereich bewegen sich die Bewertungen zu den Abfragen „Unterstützung beim Projektmanagement“ und „Unterstützung bei der Sichtbarkeit des Projektes“. Letztere bewerteten 10,7% der Partner mit sehr gut, weitere 28,2% mit gut. Orientiert man sich nur an den sehr guten Bewertungen, so verzeichnet die Fritz Thyssen Stiftung ihr diesbezüglich bestes Ergebnis mit 12% an sehr guten Wertungen in Hinblick auf die Unterstützung beim Projektmanagement. Zusammenfassend lässt sich aus dieser Vergleichsdarstellung ableiten, dass Capacity Building–Effekte in Form aktiver Unterstützung der Partner nicht zu den Kernaufgaben der Fritz Thyssen Stiftung zählen.

Abb. 15: Wie bewerten Sie folgende Unterstützungsangebote der Stiftung?



Eine weitere Frage aus dem Bereich des Capacity Building versuchte, weitere mögliche Formen der Unterstützung der Partner durch die Stiftung während der Projektphase in Erfahrung zu bringen (Abb. 16). Bei dieser Frage ließen sich allerdings keine Bewertungen vornehmen. Die Partner konnten aus einer Liste an Möglichkeiten eine Mehrfachauswahl treffen (daher übersteigen die addierten Prozentangaben auch 100%). Vergleichend betrachtet bietet die Fritz Thyssen Stiftung am ehesten eine Plattform für einen Austausch, 23,6% aller Förderpartner entschieden sich für diese Angabe. An zweiter Stelle steht die Anbahnung von Kontakten zu weiteren interessanten Partnern mit 20,5%, ein Item, welches eng mit dem ersten verbunden ist. 14,3% gaben an, dass die Stiftung bei der Suche nach weiteren Förderern helfe, für 10,5% eröffnete sich mittels der Stiftung ein Kontakt zur Presse, bei 10% der Partner half die Stiftung bei der Suche nach weiterer Expertise. Im Vergleich zum Gesamtsample liegen alle Werte unterhalb des Durchschnitts des Gesamtsamples.

Abb. 16 Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die Stiftung ermöglicht?

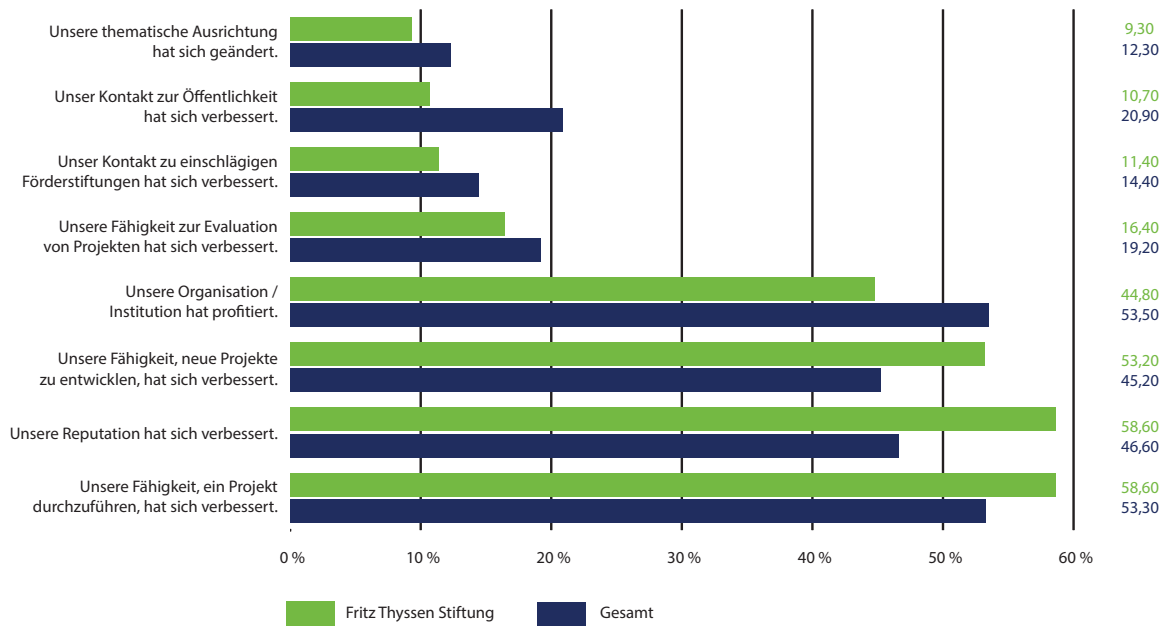


Auch wenn die aktiven Formen der Unterstützung in der Projektphase seitens der Fritz Thyssen Stiftung eher gering ausfallen, so lassen sich dennoch positive Veränderungseffekte unter den Partnern verzeichnen, die mit einer Förderung durch die Stiftung einhergehen. Je 58,6% der bewilligten Partner gaben an, dass sich durch die Förderung sowohl ihre Reputation als auch ihre individuelle Kompetenz in der Projektdurchführung verbessert habe. Beide Werte liegen über dem Durchschnitt des Gesamtsamples. An dritter Stelle ist mit 53,2% eine Verbesserung unter den Partnern in Hinblick auf die Projektentwicklung zu verzeichnen. 44,8% der Befragten gaben an, dass ihre Institution durch die Förderung profitiert habe. In den qualitativen Angaben, die zu diesem Teilaspekt möglich waren, werden insbesondere die generellen positiven Effekte vermerkt, die mit einer Drittmittelförderung einhergehen. In einem exemplarischen Zitat hat ein Partner alle Punkte wie folgt summiert:

„Drittmittel jedweder Art sind an der Universität gern gesehen. Reputation der Mitarbeiter (und damit des Instituts) steigert sich durch Stipendien. Wir Mitarbeiter üben uns dadurch im Format „Antrag“.

Die verbleibenden Aspekte fallen in ihrem quantitativen Umfang jedoch hinter den bereits genannten zurück. So sind es 16,4% der Partner, die von einer Verbesserung ihrer Evaluationskompetenz berichten, 11,4%, die einen verbesserten Kontakt zu Förderstiftungen angeben sowie 10,7% , deren Kontakt zur Öffentlichkeit sich verbessert habe. An letzter Stelle steht mit 9,3% der Effekt einer veränderten thematischen Ausrichtung.

Abb. 17: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit mit der Stiftung über die Förderung hinaus ergeben?

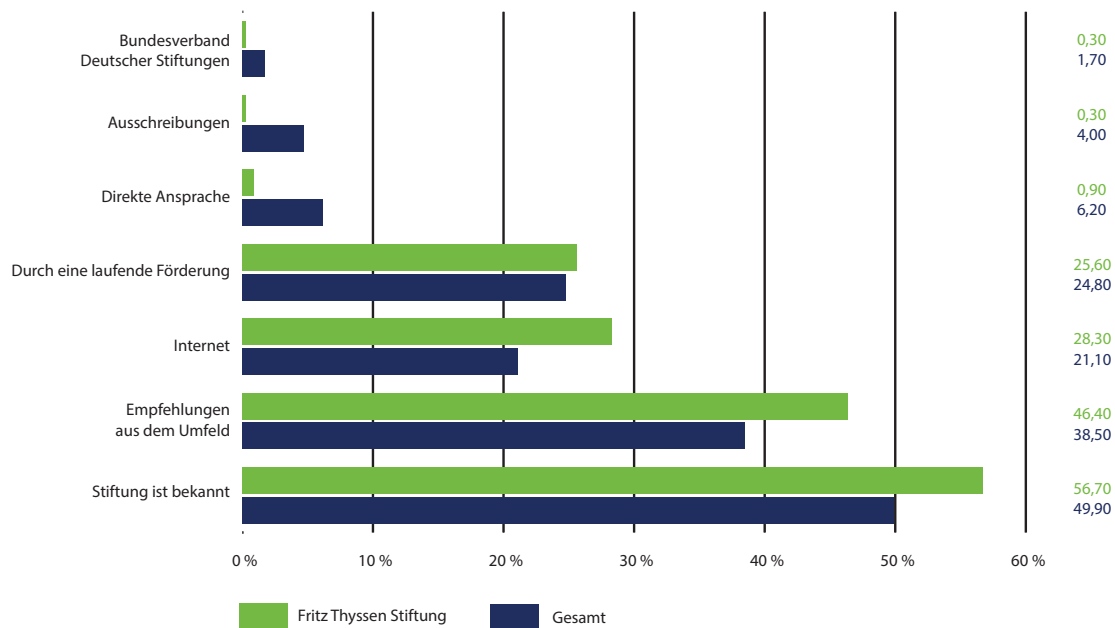


V. Zur Wahrnehmung der Fritz Thyssen Stiftung

Ein weiterer Schwerpunkt der Umfrage lag auf der Erfassung der Wahrnehmung der Stiftung. Dieses Thema wird aufgrund seiner Komplexität anhand mehrerer Fragen im Survey beleuchtet.

Die Frage, wie die Partner auf die Fördermöglichkeiten der Stiftung aufmerksam geworden sind, eröffnete die Umfrage und vermittelt einen ersten Eindruck über den Bekanntheitsgrad von Stiftungen und ihren Aktivitäten. In der vergleichenden Auswertung zeigt sich deutlich, dass die Fritz Thyssen Stiftung im Feld der Wissenschaftsförderung bekannt ist (56,7%), oder der Hinweis dem beruflichen Umfeld entstammte (46,4%). Über das Internet sind 28,3% der Partner auf die Stiftung aufmerksam geworden, ein weiteres Viertel (25,6%) aus einer laufenden oder früheren Förderung. Ausschreibungen, die direkte Ansprache oder der Weg über das Stiftungsverzeichnis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen liegen je unter 1%. Damit liegen die Ergebnisse für die Fritz Thyssen Stiftung in der Tendenz des Durchschnitts des Gesamtsamples, bei den Indikatoren, die eine gewisse Exklusivität des Wissens über Stiftungen andeuten (Stiftung ist bekannt oder wird empfohlen), lässt sich ein überdurchschnittliches Ergebnis verzeichnen.

Abb. 18 Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der Fritz Thyssen Stiftung aufmerksam geworden?

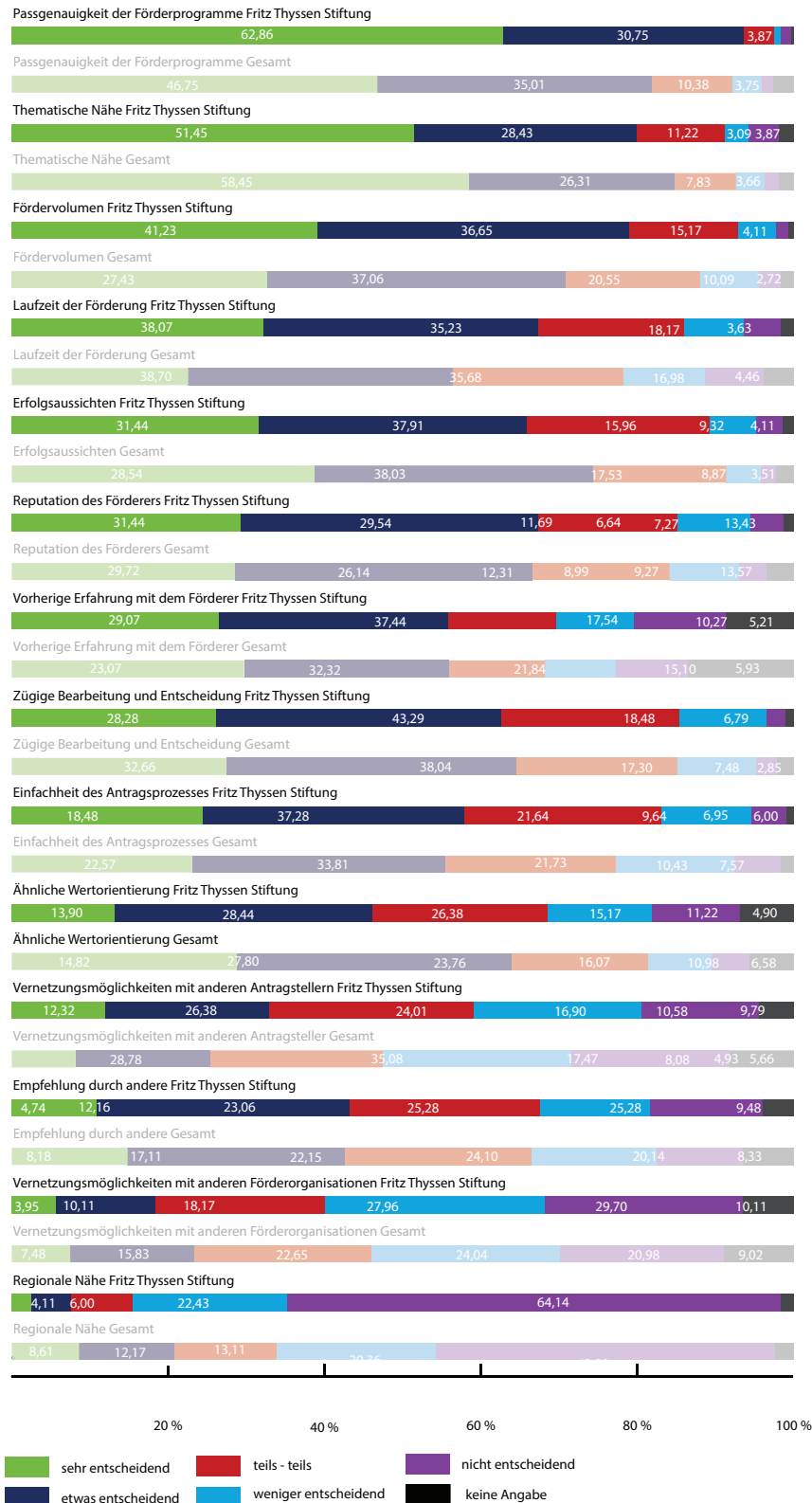


Im weiteren Verlauf der Umfrage wurden alle Partner befragt, welche Faktoren ihnen bei der Auswahl eines Förderers am Wichtigsten sind. Aus den 14 vorgegebenen Items wurde die Passgenauigkeit der Förderprogramme von 53,2% der Partner als sehr entscheidend und von 32,4% als etwas entscheidend an erster Stelle positioniert, an zweiter Stelle steht die thematische Nähe (für 48% sehr entscheidend, für weitere 31,4% etwas entscheidend). Im Vergleich zum Gesamtsample ist die Reihenfolge damit umgekehrt, in der quantitativen Zusammenfassung aber in etwa ähnlich. An dritter Stelle, abweichend vom Ranking des Gesamtsamples, steht der Faktor „Zügige Bearbeitung und Entscheidung“, sehr entscheidend für 41,2%, etwas entscheidend für weitere 36,7%. Dieses Ergebnis lässt sich besser verstehen, wenn man die Art der beantragten Förderung mit in den Blick nimmt: insbesondere für die Partner, die einen Antrag auf Tagungsförderung gestellt hatten, ist dieser Faktor für die zeitliche Planung wesentlich. Zusammengefasst sind es somit pragmatische Überlegungen, die bei der Antragstellung für die Partner der Fritz Thyssen Stiftung eine zentrale Rolle spielen.

Im Mittelfeld der unterschiedlichen Faktoren stehen mit den antizipierten Erfolgsaussichten (38,1% sehr entscheidend, 35,2% etwas entscheidend), der vorherigen Erfahrung mit dem Förderer (31,4% sehr entscheidend, 29,5% etwas entscheidend) sowie der Reputation der Förderorganisation (31,4% sehr entscheidend, 37,9%) eher subjektive Erfahrungswerte, die die Auswahl eines Förderers mitentscheiden und prägen. Kleinere zweistellige Werte erreichen Faktoren wie die Laufzeit der Förderung oder die Empfehlung durch andere. Keine Rolle bei der Auswahl eines Förderers spielen Vernetzungsmöglichkeiten, ob mit anderen Antragstellern oder mit anderen Förderorganisationen sowie die regionale Nähe der Stiftung.

Als Besonderheit, die sich aus den Angaben der Partner der Fritz Thyssen Stiftung sowie aus den Angaben aller rein wissenschaftsfördernden Stiftungen im Sample ergibt, ist die Bewertung des Faktors „Ähnliche Wertorientierung“ zu nennen, diese ist eher uneinheitlich. Für 26,4% der Partner ist sie etwas entscheidend, für einen ähnlichen Prozentsatz ist sie es auch nicht. Wie bereits bei der obigen Frage nach der Förderung der Ziele der Stiftung festgestellt (Abb. 8), fällt es weniger leicht, im Bereich der Wissenschaftsförderung, insbesondere der Grundlagenforschung, Werte und Zwecke zu verorten.

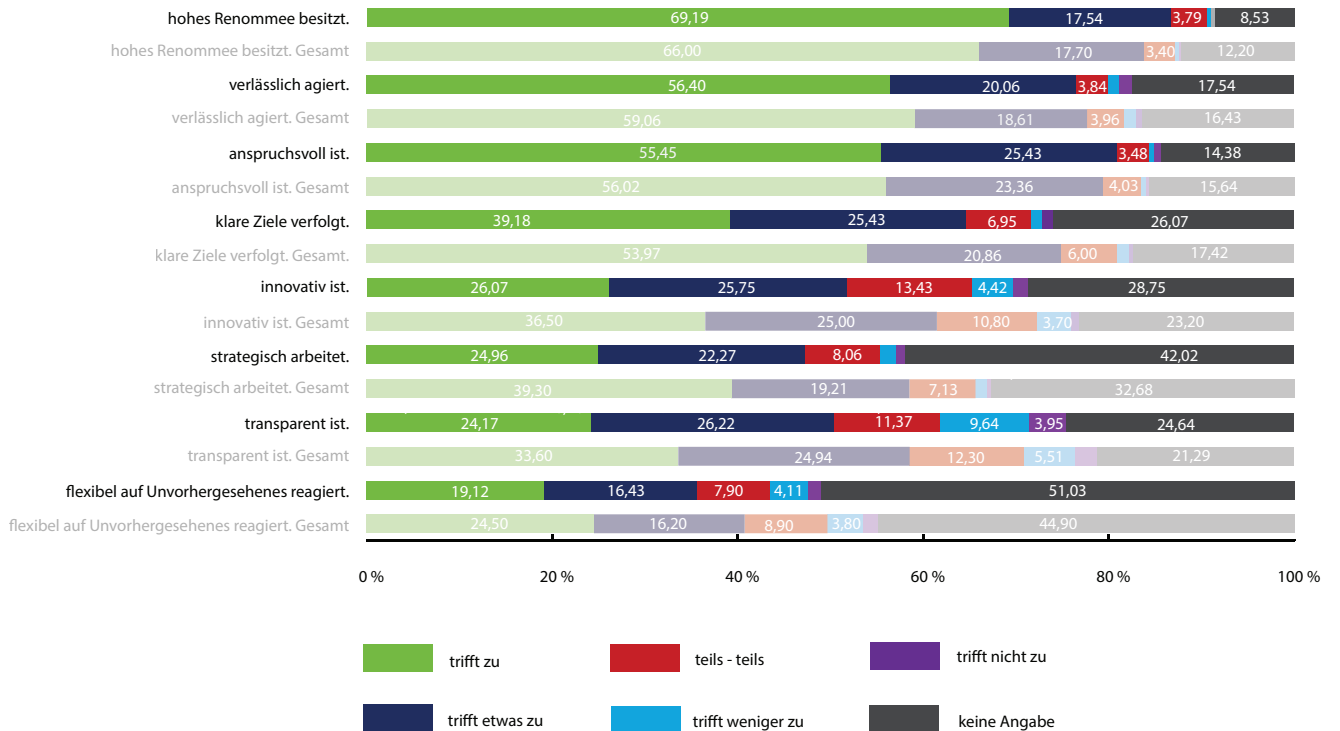
Abb. 19: Welche der folgenden Faktoren sind für Ihre Auswahl eines Förderers entscheidend?



Die Erhebung der Wahrnehmung der Stiftung durch die Partner war eine zentrale Fragestellung der Studie, die Ergebnisse ermöglichen der Fritz Thyssen Stiftung einen wertvollen Blick von außen und geben Auskunft über den Stellenwert der Stiftung.

Aus der vergleichenden Auswertung wird deutlich, dass der Fritz Thyssen Stiftung ein hohes Renommee zugeschrieben wird (69,2% der deutlichen und 17,5% der teilweisen Zustimmung). Die Stiftung wird zudem als verlässlicher Akteur eingeschätzt (56,4% der deutlichen sowie 20,1% der teilweisen Zustimmung), der jedoch recht anspruchsvoll ist. Die Ergebnisse liegen dabei stets leicht über oder unterhalb des Durchschnitts des Gesamtsamples. Mit weniger Zuspruch wurde die Kategorie, die Stiftung verfolge klare Ziele, bewertet, hier sind es 39,2% der deutlichen und 25,4% der teilweisen Zustimmung. Der Innovativitätsgrad der Stiftung liegt prozentual betrachtet ebenso unterhalb des Durchschnittsergebnisses aller elf Umfragen wie die Einschätzung einer strategischen Arbeitsweise. Bei der Frage nach der strategischen Arbeitsweise fällt ebenso wie bei der Frage nach der Flexibilität der Stiftung der hohe Anteil an Partnern auf, die dies nicht beurteilen konnten. Diese Ergebnisse sollten erneut in Abhängigkeit zur Förderart betrachtet werden: insbesondere die Partner, die eine Projektförderung oder eine Tagungsförderung beantragt haben, konnten in überdurchschnittlichem Maße keine Beurteilung der strategischen Ausrichtung vornehmen. Da sich die Fritz Thyssen Stiftung durch eine offene Form der Förderweise auszeichnet, ist diese dahinterliegende Strategie möglicherweise weniger offensichtlich als dies bei themenspezifischen Angeboten der Wissenschaftsförderung der Fall ist. Die Abweichungen der Ergebnisse vom Durchschnitt des Gesamtsamples lassen sich somit gut kontextualisieren und nachvollziehen.

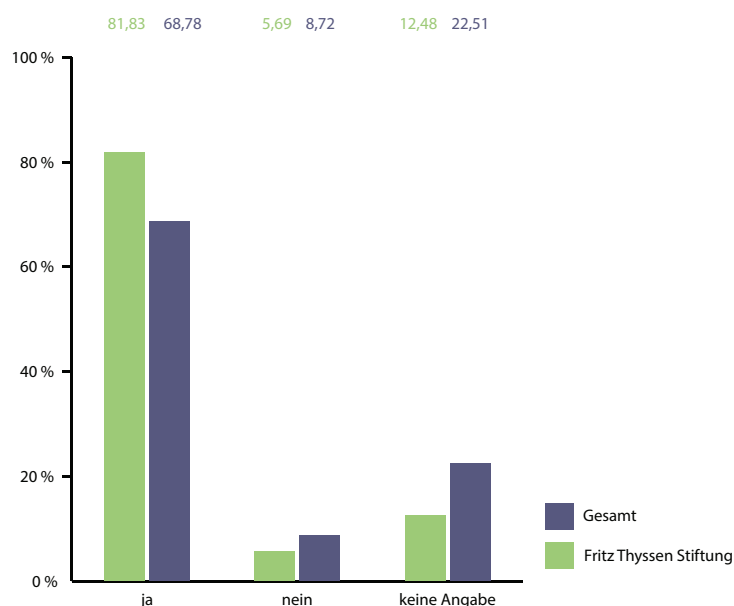
Abb. 20: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die...



Ein letztes Kriterium, das es zu betrachten gilt, ist die Frage nach der Transparenz. Wie noch an anderen Stellen des Berichts deutlicher ausgeführt, trifft dieses Merkmal nur bedingt für die Fritz Thyssen Stiftung zu: 24,2% aller Partner stimmen der Aussage zu, bei 26,2% trifft die Aussage teilweise auf Zustimmung. Die deutliche Zustimmung weicht um rund 10% von Durchschnitt des Gesamtsamples ab; die kritische Äußerungen, sprich der Anteil an Partnern, die dieser Aussage weniger (9,6%) oder nicht zustimmen (3,4%) können, ist zugleich prozentual höher als im Durchschnittsvergleich.

Die Frage, ob einer Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung als Qualitätsausweis im Tätigkeitsfeld der Partner gelte, schließt an die Frage der Reputation der Stiftung an und konnte von allen Partnern beantwortet werden. Aus der vergleichenden Auswertung geht recht deutlich hervor, dass mit 81,8% aller Antworten die Stiftung eine reputierliche Organisation im Feld der Wissenschaftsförderung darstellt, deren Förderung als Auszeichnung betrachtet werden kann. Neben dem vergleichsweise geringen Anteil von 5,7% der Partner, die die Frage verneinen, ist auch der Anteil derjenigen geringer (12,5% unter den Partner der Fritz Thyssen Stiftung zu 22,5% im Gesamtdurchschnitt), die keine Angabe machen konnten oder wollten.

Abb. 21: Gilt eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis innerhalb ihres Tätigkeitsfeldes / ihrer Fachcommunity?



Die Frage nach der gesellschaftlichen Wirkung der Stiftung wurde neu in die Erhebung mit aufgenommen, auch aus dem Grund, weil das Thema Wirkungsmessung seit geraumer Zeit im Sektor ausführlich debattiert wird. Auch wenn Learning from Partners kein Instrument der Wirkungsmessung darstellt, sondern eine Methode der Organisationsevaluation, wurde die Frage unter heuristischen Gesichtspunkten mit aufgenommen, um erste mögliche Anhaltspunkte für potentielle weitere Studien zu erhalten.

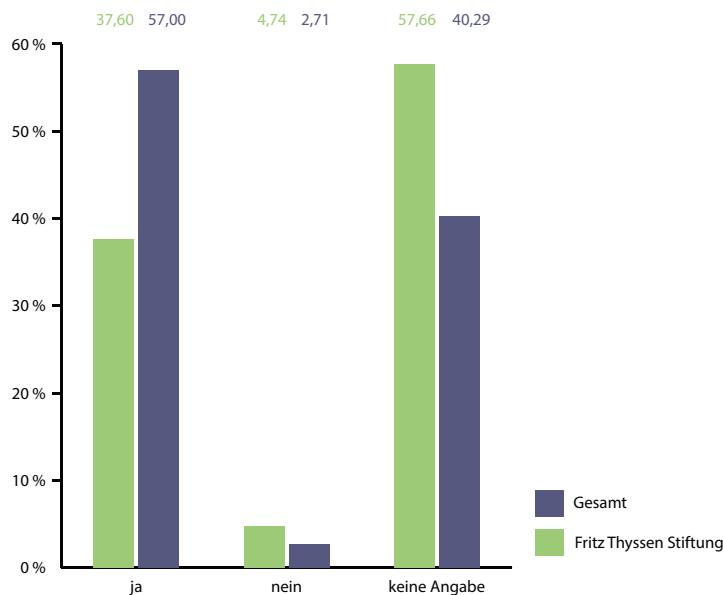
Wenn man sich eingehender mit der Aufstellung und Arbeitsweise der Fritz Thyssen Stiftung beschäftigt (und die Antragsteller und Partner tun dies zwangsläufig), so sollte es nicht verwundern, dass die Ergebnisse dergestalt ausfallen: im Gegensatz zu den 57% des Gesamtsamples sind es nur 37,6% der Partner der Fritz Thyssen Stiftung, die die Organisation als Akteur mit gesellschaftlicher Wirkung sehen.

Der Anteil der negativen Antworten ist zwar vergleichend betrachtet doppelt so hoch als im Gesamtdurchschnitt, bewegt sich dennoch im unteren einstelligen Bereich. Mit 57,7% sind es über die Hälfte der Partner, die keine Angabe machen können oder wollen.

In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, wird dies nochmals deutlich. Eine gesellschaftliche Wirkung ist allenfalls mittelbar möglich, dann aber vielleicht mit Unterstützung der Stiftung, wie es das folgende Zitat zum Ausdruck bringt:

„Dafür gibt es zu wenig Publicity von der Stiftung. Vielleicht gibt es diese Wirkung, aber wie soll man das erfahren?“

Abb. 22: Sehen Sie die Stiftung als einen Akteur, dessen Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt?



Im Anschluß wurde im Block der Wahrnehmungsfragen nochmals der Innovativitätsgrad der Stiftung erfragt (Abb. 23). Ob es der Stiftung gelinge, relevante gesellschaftliche Themen früher als andere Organisationen aufzugreifen, konnten 62,7% der Partner nicht beurteilen, weitere 5,5% der Befragten machten keine Angabe und 5,3% verneinten die Frage. Somit sind rund 26,3% der Partner der Fritz Thyssen Stiftung, die der Stiftung eine innovative Rolle attestierte. Diese Summe deckt sich in etwa mit dem Ergebnis aus Abb. 20..

Abschließend wurden die Partner befragt, ob sie während der vergangenen fünf Jahre Veränderungen bei der Stiftung bemerkt haben (Abb. 24). Mit 66,8% konnte oder mochte der überwiegende Anteil der Partner keine Angabe machen. Ein Viertel der Partner verneinte die Frage, lediglich 7,7% der Partner haben Veränderungen bemerkt. Unter den qualitativen Angaben zu dieser Frage fanden sich vermehrt Angaben zum veränderten Internetauftritt der Stiftung:

„Bessere Internetpräsenz, mehr Inhalt und präzisere Erläuterungen im Internetportal!“

Zur Arbeit der Stiftung wurde folgendes bemerkt:

„Offenbare eine Zunahme an Anträgen, damit verbunden eine Reduktion der Bewilligungssummen“

Abb. 23: Der Stiftung gelingt es, relevante gesellschaftliche Themen früher als andere Organisationen aufzugreifen.

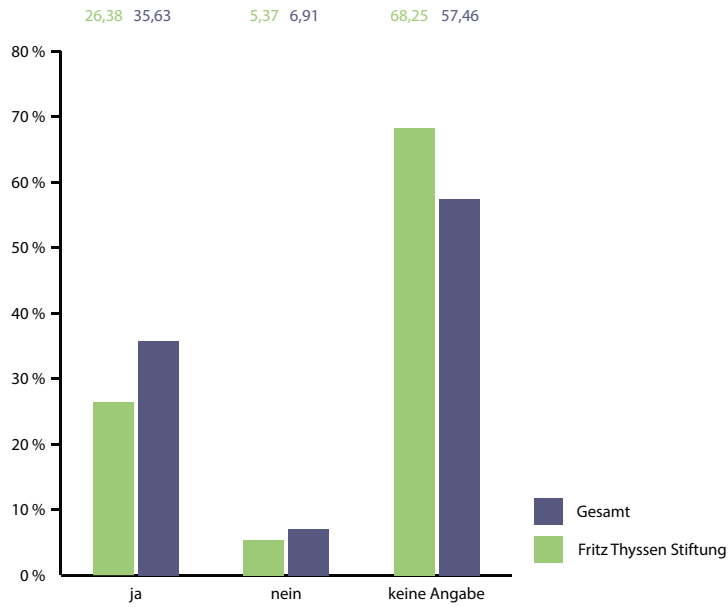
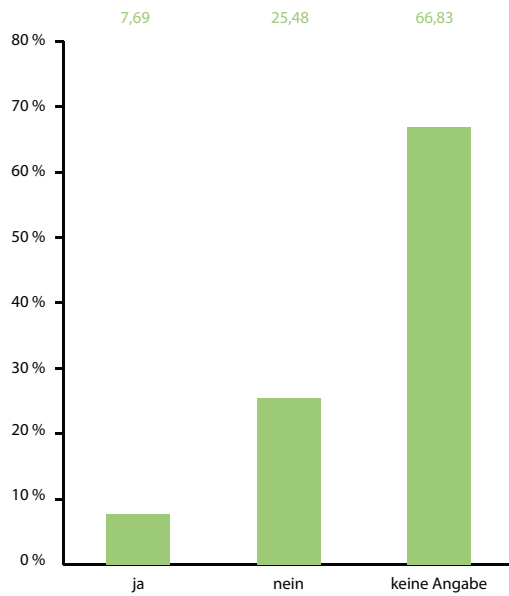


Abb. 24: Haben Sie in den vergangenen fünf Jahren Veränderungen bei der Fritz Thyssen Stiftung bemerkt?

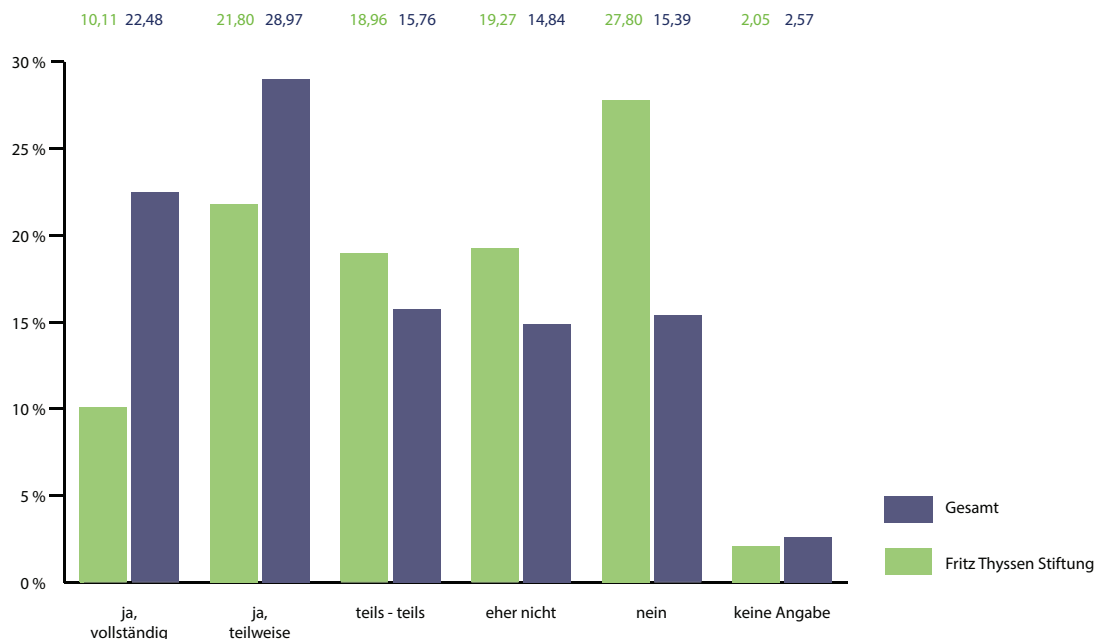


VI. Zur Transparenz der Stiftung

Fragen der Transparenz bestimmen seit langem die Diskussionen im gemeinnützigen Sektor. Da es – mit Ausnahmen – keine einheitlichen Veröffentlichungspflichten für gemeinnützige Organisationen in Deutschland gibt, bietet eine solche Situation oftmals Nährboden für Spekulationen oder Kritik. Für Stiftungen stellt Transparenz ein zentrales Kriterium ihrer Legitimität dar, aus diesem Grund ist beispielsweise auch der Bundesverband Deutscher Stiftungen Mitträger der Initiative Transparente Zivilgesellschaft. Im Rahmen der Learning from Partners-Studie wurden Fragen zur Transparenz an unterschiedlichen Stellen des Erhebungsinstrumentes gestellt.

In der Phase der Antragstellung wurden alle Partner befragt, ob sie darüber informiert waren, wie die Entscheidung ihres Antrags zustande kam. Ungeachtet der vergleichsweise niedrigen positiven Bewertung im Gesamtsample zeugt die vergleichende Auswertung für die Fritz Thyssen Stiftung von Optimierungsmöglichkeiten in diesem Bereich: nur knapp ein Drittel aller Partner gaben an, vollständig oder teilweise über das Zustandekommen der Entscheidung informiert gewesen zu sein, die Zustimmung lag jeweils etwa 10% unter dem Durchschnitt des Gesamtsamples. Mit 27,8% fällt der Anteil der Partner, die nicht informiert waren, überdurchschnittlich groß aus.

Abb. 25: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam?



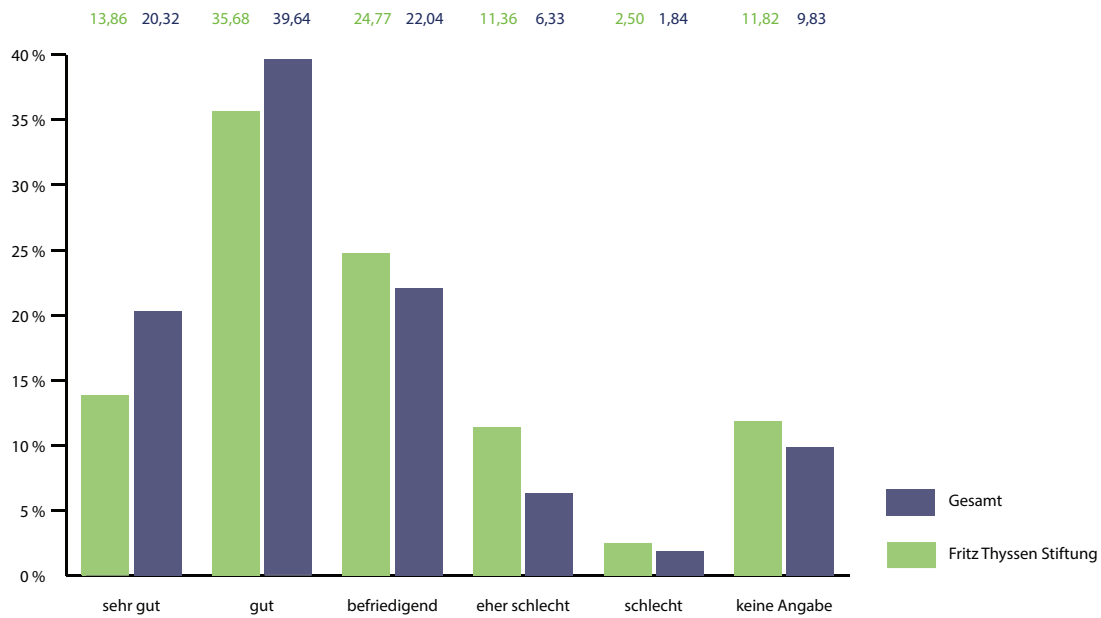
Die bewilligten Partner konnten nochmals über die Transparenz der Entscheidungsprozesse abstimmen. Auch in dieser vergleichenden Auswertung liegen die positiven Rückmeldungen unterhalb des Durchschnitts des Gesamtsamples, während die kritischen Einschätzungen prozentual überwiegen: 11,3% werten die Transparenz der Entscheidungsprozesse eher schlecht, 2,5% befinden sie als schlecht. In diesem Bereich eröffnen sich für die Fritz Thyssen Stiftung noch Optimierungsmöglichkeiten, zumal in zahlreichen qualitativen Angaben auf diesen Umstand hingewiesen wurde:

„Es ist aus meiner Sicht weder dem Aufwand der Antragsteller noch dem Aufwand der Gutachter angemessen, wenn es nach einer Förderentscheidung (egal ob negativ oder positiv) keine Rückmeldung über die Entscheidung gibt bzw. die Gutachterkommentare nicht verfügbar sind.“

Die Bewertung dieses Kriterium hat unmittelbaren Einfluss auf die Zufriedenheitswerte und das Verhalten der Partner, wie es folgende Aussage verdeutlicht:

„eine einfache Ablehnung ohne Transparenz der Entscheidung ist nicht gerade einladend, es noch einmal zu versuchen“

Abb. 26: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse?



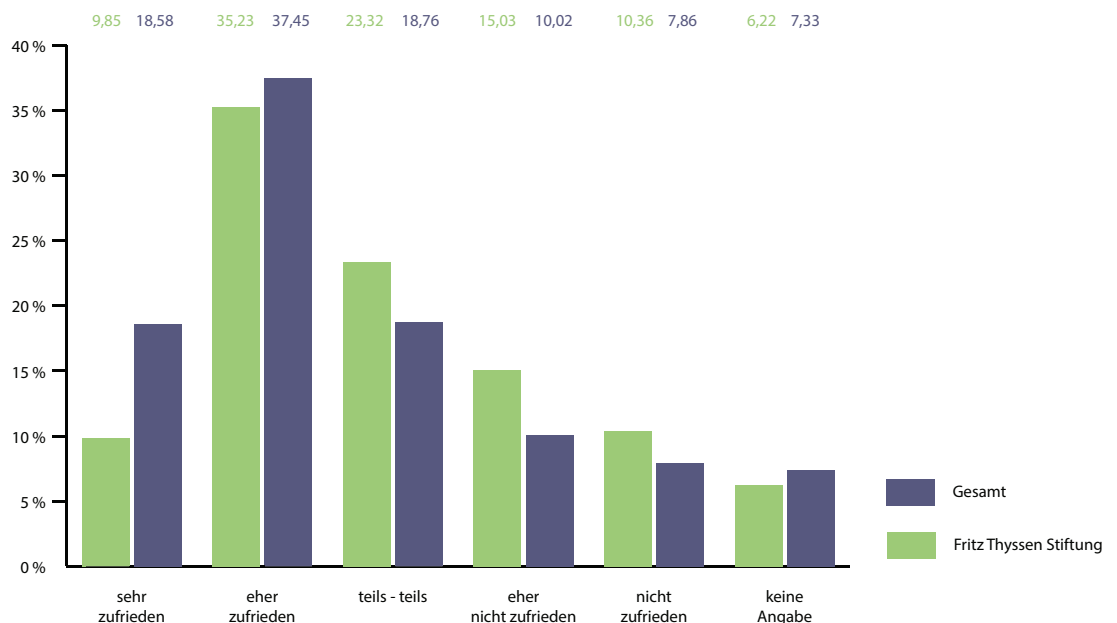
VII. Feedback der abgelehnten Antragsteller

Um ein umfassendes und systematisches Feedback für die Stiftung einzuholen, wurden im Rahmen der Learning from Partners-Studie nicht nur Förderpartner, sondern auch abgelehnte Antragsteller zu ihren Erfahrungen im Kontakt und der Zusammenarbeit befragt. Deren Perspektive stellt eine wesentliche Quelle der Erkenntnis dar und ist für das Bestreben der kontinuierlichen Verbesserung ebenso unerlässlich.

Als erstes Item in diesem Kapitel stehen die Zufriedenheitswerte der abgelehnten Antragsteller mit dem Kontakt zur Stiftung in der Phase der Antragstellung. Grundlage der Auswertung war ein Subsample, das alle abgelehnten Antragsteller beinhaltet; aus diesem Grund unterscheiden sich auch die Prozentangaben des Gesamtdurchschnitts (vgl. Abb. 5).

Allgemein fallen die Ergebnisse weniger positiv aus, so sind nur 18,6% aller abgelehnten Antragsteller sehr zufrieden mit dem Kontakt zur Stiftung in der Phase der Antragstellung. Für die Fritz Thyssen Stiftung fällt das Ergebnis noch geringer aus, hier sind es 9,9% der Befragten. Hingegen überwiegen die eher kritischen Rückmeldungen den Durchschnitt des Subsamples, eher nicht zufrieden äußern sich 15% (im Vergleich zu 10% im Gesamtdurchschnitt), nicht zufrieden sind 10,4% (im Vergleich zu 7,9% im Gesamtdurchschnitt). Auch wenn die Ergebnisse erwartbar waren, so zeugen sie doch von der Korrelation zwischen Entscheidung und Zufriedenheit.

Abb. 27: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?

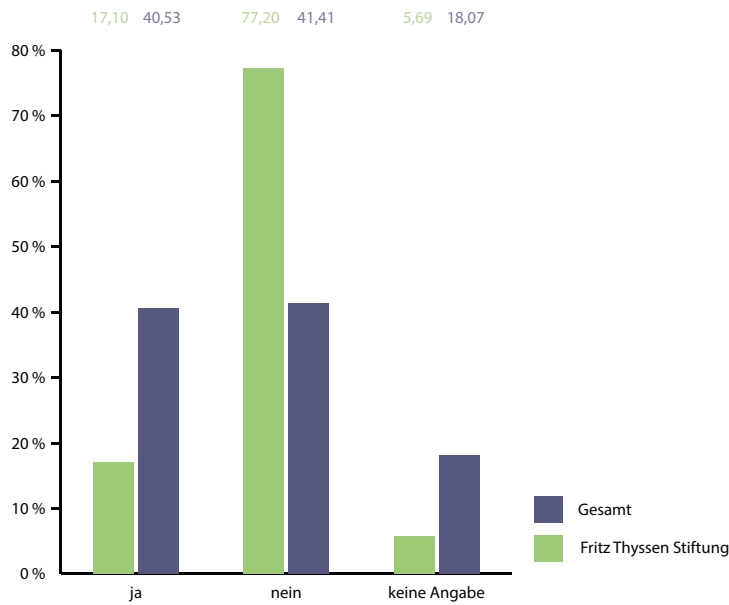


Befragt man die abgelehnten Antragsteller eingehender, ob ihnen die Gründe mitgeteilt wurden, die zur Ablehnung des Antrags führten, so verneinten dies über 75% der Partner der Fritz Thyssen Stiftung, der Wert liegt um rund 35% höher als im Durchschnitt. Dementsprechend fällt die Zustimmung zu dieser Frage mit 17,1% vergleichsweise niedrig aus.

In zahlreichen qualitativen Angaben wurde dies seitens der abgelehnten Antragsteller oftmals angemahnt:

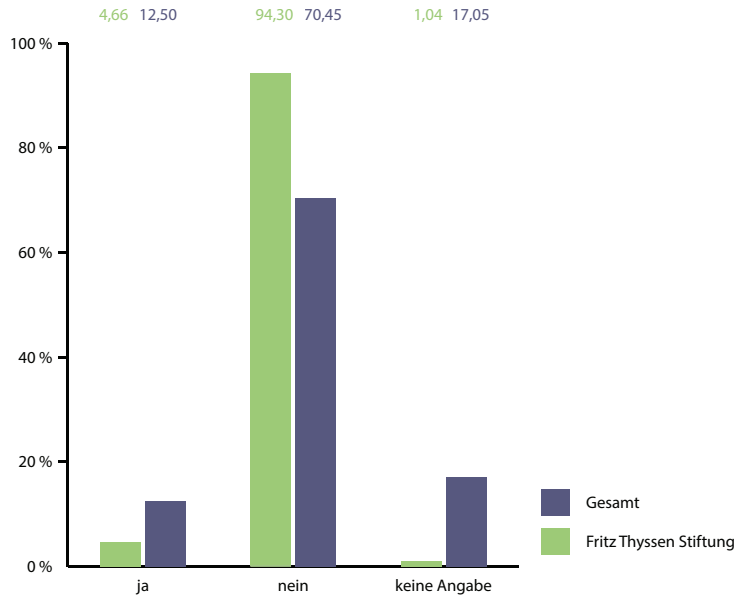
„Begründungen + ggf. Verbesserungsvorschläge muss der Antragsteller in einem entsprechende Schreiben erhalten!“

Abb. 28: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt?



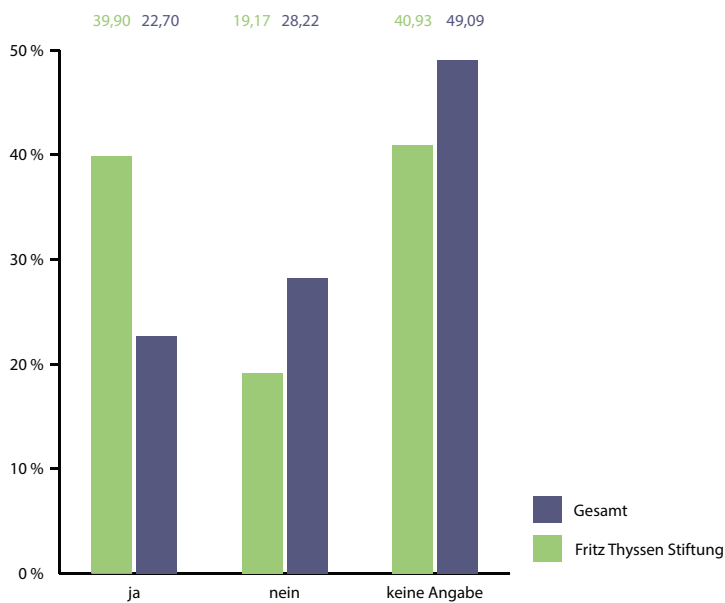
Auch die vergleichende Auswertung der Frage, ob den Partnern Hinweise zur Verbesserung des Antrags mitgeteilt wurden, zeigt eine ähnliche Tendenz auf (Abb. 29). Mit 94,3% ist es der überwiegende Anteil aller Befragten, der diese Frage verneinte. Betrachtet man die sehr gering ausfallenden, einstelligen Ergebnisse der anderen Antwortoptionen, dann lässt sich aus dem Antwortverhalten der Partner ableiten, dass ihnen diese Rückmeldung wichtig war. Die Frage war im Survey nicht als Pflichtfrage programmiert, die Beantwortung war daher freiwillig.

Abb. 29: Wurden Ihnen von Seiten der Stiftung Hinweise zur Verbesserung des Antrags mitgeteilt?



Die abschließende Frage, ob die Partner mit dem abgelehnten Antrag bei einem anderen Förderer erfolgreich waren, beantworteten knapp 40% mit ja. Dieser Wert liegt um rund 17% höher als der Durchschnitt des Subsamples. 19,1% verneinten die Frage, rund 40% machten keine Angabe.

Abb.: 30: Waren Sie mit Ihrem Antrag bei einem anderen Förderer erfolgreich?

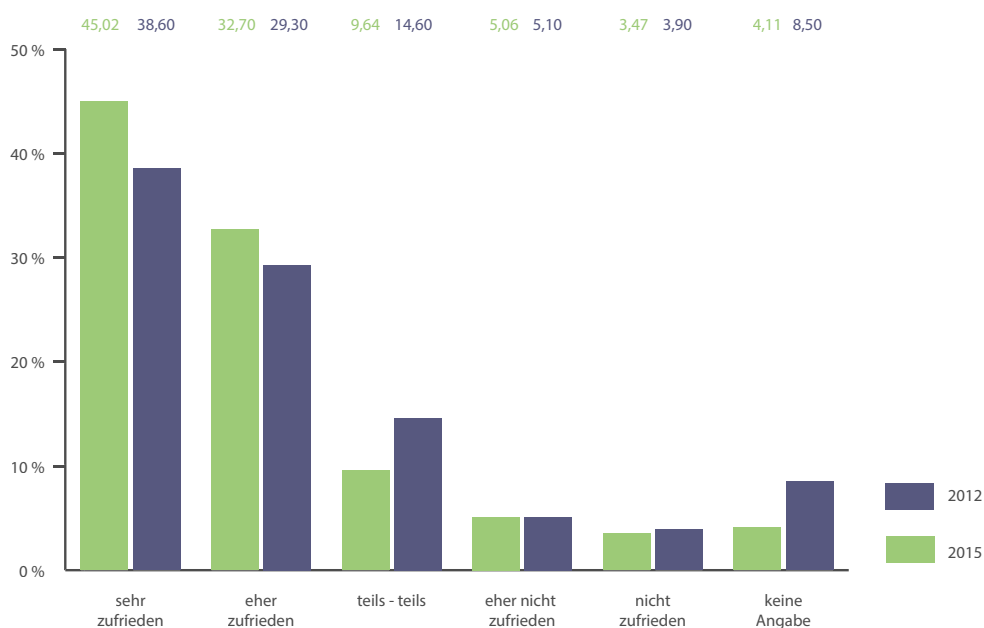


G. ERGEBNISSE FÜR DIE FRITZ THYSSEN STIFTUNG IM TRENDSTUDIENVERGLEICH

Neben den bisher vorgestellten Querschnittsdaten aus der Erhebung 2015, die bereits einen guten Einblick in die Aktivitäten und Arbeitsweise der Fritz Thyssen Stiftung ermöglicht haben, bietet das Vergleichsdesign der Learning from Partners-Studie zudem die Chance, mögliche Veränderungen oder Kontinuitäten bei der Fritz Thyssen Stiftung auf organisationaler Ebene zu identifizieren. Die Fritz Thyssen Stiftung gehört zum Gründungskonsortium des Learning from Partners-Projektes und hatte sich bereits an der Pilotstudie beteiligt, die in den Jahren 2011/2012 durchgeführt wurde. Im Folgenden werden nun ausgewählte Ergebnisse vorgestellt, die auf dem Vergleich der beiden Erhebungen beruhen. Methodologisch basiert die Auswertung auf einem Trendstudien-Design: „kennzeichnend für Trendstudien ist, dass das Erhebungsinstrument mit vergleichbaren Fragen bei unterschiedlichen Stichproben [...] zu mehreren Zeitpunkten abgefragt wird und die Antwortverteilungen über die Erhebungszeitpunkte verglichen werden“¹⁴. Es lassen sich somit vergleichende Auswertungen und Analysen auf organisationaler Ebene der Stiftung ableiten. Somit können Prozesse der Professionalisierung und Organisationentwicklung verfolgt werden, die durch die erste Feedbackschleife im Rahmen der Pilotstudie 2012 angestoßen wurden.

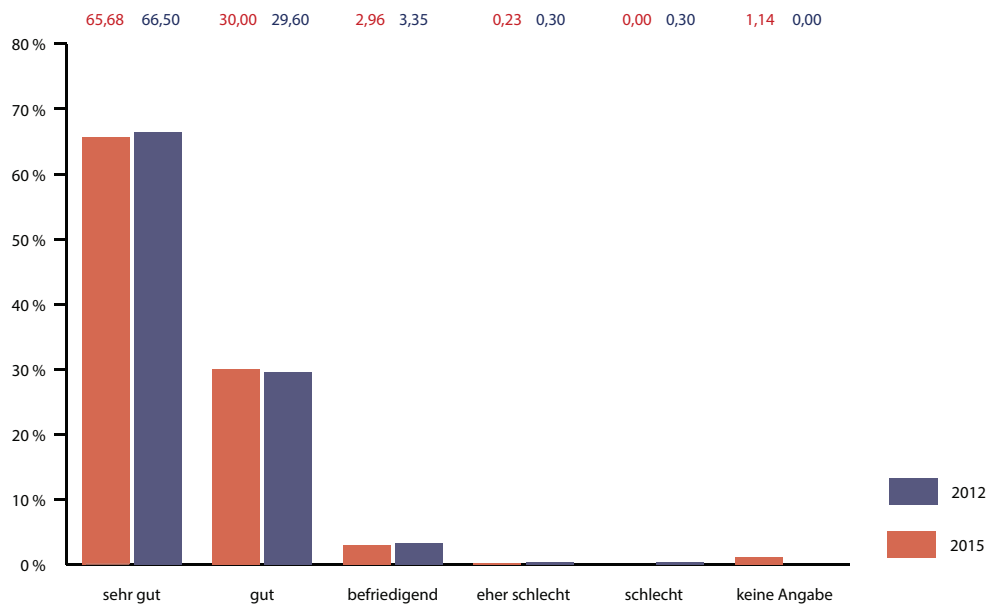
In Hinblick auf die Zufriedenheit aller Partner der Fritz Thyssen Stiftung in der Phase der Antragstellung lässt sich im Zeitvergleich von einer Verbesserung sprechen. Gaben 2012 noch 38,6% aller Partner an, sehr zufrieden gewesen zu sein, hat sich dieser Wert auf 45% im Jahr 2015 erhöht. Auch der Anteil der zufriedenen Partner ist leicht gestiegen. Die Anzahl der Personen, die sich eher oder nicht zufrieden geäußert haben, ist prozentual betrachtet nahezu identisch geblieben, die eigentliche Veränderung ist bei den bislang Unentschiedenen zu sehen. Hier gab es somit einen Trend auch zu mehr Eindeutigkeit in den Angaben der Partner.

Abb. 31: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?



In der Bewertung der Partnerschaft hat sich keine große prozentuale Veränderung ergeben, die Fritz Thyssen Stiftung erzielte sowohl 2012 als auch 2015 gleichbleibend hohe bis sehr hohe positive Rückmeldungen ihrer Förderpartner angesichts der Bewertung der Partnerschaft.

Abb. 32 Wie bewerteten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung insgesamt?



Hingegen hat sich die Zufriedenheit mit der Kommunikation zur Ansprechperson in der Förderphase verbessert (Abb. 33). Ausgehend von bereits hohen Werten (54,3% sehr zufrieden, 27,5% eher zufrieden in 2012), konnte sich die Stiftung nochmals steigern und erzielte, ähnlich wie bei der Frage nach der Zufriedenheit in der Antragsphase, verbesserte Bewertungen: in der Erhebung 2015 zeigten sich 60,5% sehr zufrieden, weitere 31,6% eher zufrieden mit der Kommunikation zu dem für sie zuständigen Referenten. Dieser Verbesserung mag auch mit dem überarbeiteten Kommunikationsauftritt der Stiftung im Internet zusammenhängen, bei dem nun Ansprechpartner und Zuständigkeitsbereiche genannt werden.

In Hinblick auf die Veränderungen im administrativen Bereich lohnt, die formalen Anforderungen an einen Antrag vergleichend darzustellen (Abb. 34). Diese wurden im Jahr 2012 bereits als recht eindeutig charakterisiert, dennoch würden, so die damalige Empfehlung, „klare formale Anforderungen [...] weniger Aufwand für die Antragsteller, aber auch für die Stiftungen, die so Anträge erhalten, die den Erwartungen und Anforderungen entsprechen, [bedeuten]“. Das Ergebnis aus der Erhebung 2015 zeigt eine bemerkenswerte Verbesserung: die deutliche Zustimmung zu dieser Frage ist von 54,1% auf 71,7% gestiegen, gleichzeitig hat sich die verhaltene Zustimmung reduziert. Im geringem Umfang haben sich zudem die kritischen Rückmeldungen verringert; die Fritz Thyssen Stiftung konnte somit durch die Umsetzung einer Empfehlung ein deutlich verbessertes Ergebnis erzielen.

Abb. 33: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kommunikation mit Ihrer Ansprechperson innerhalb der Stiftung?

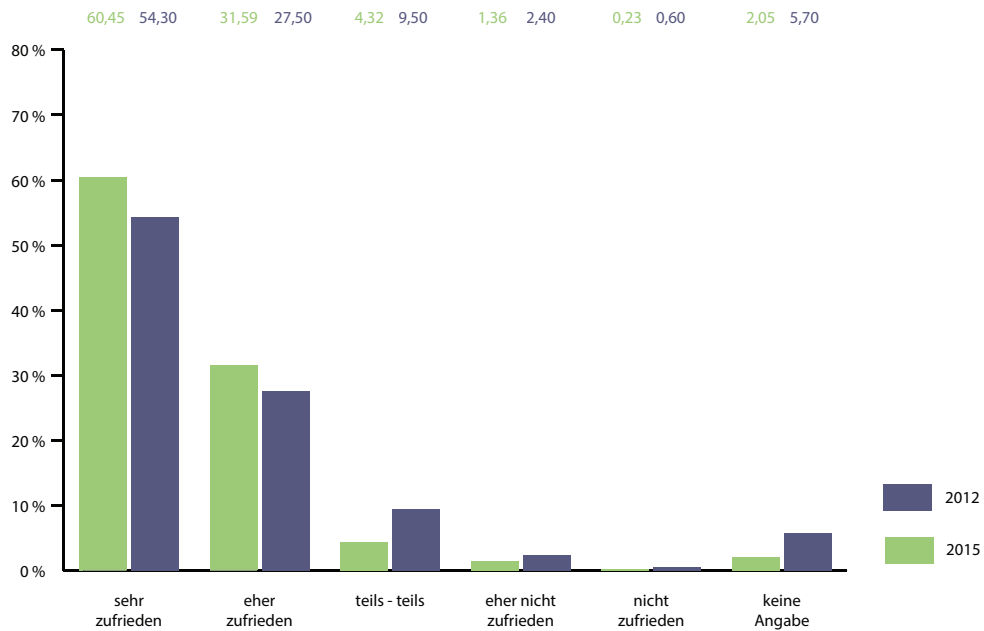
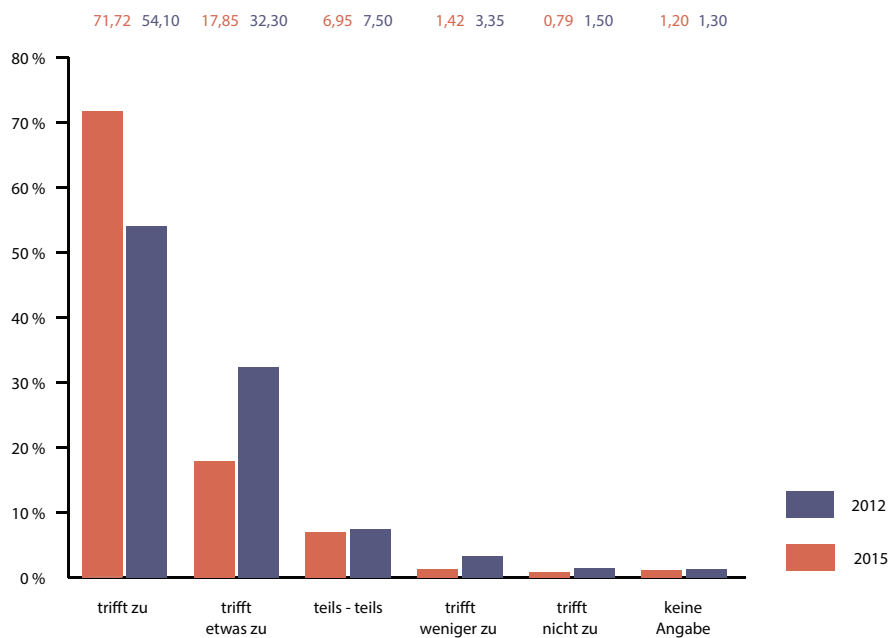
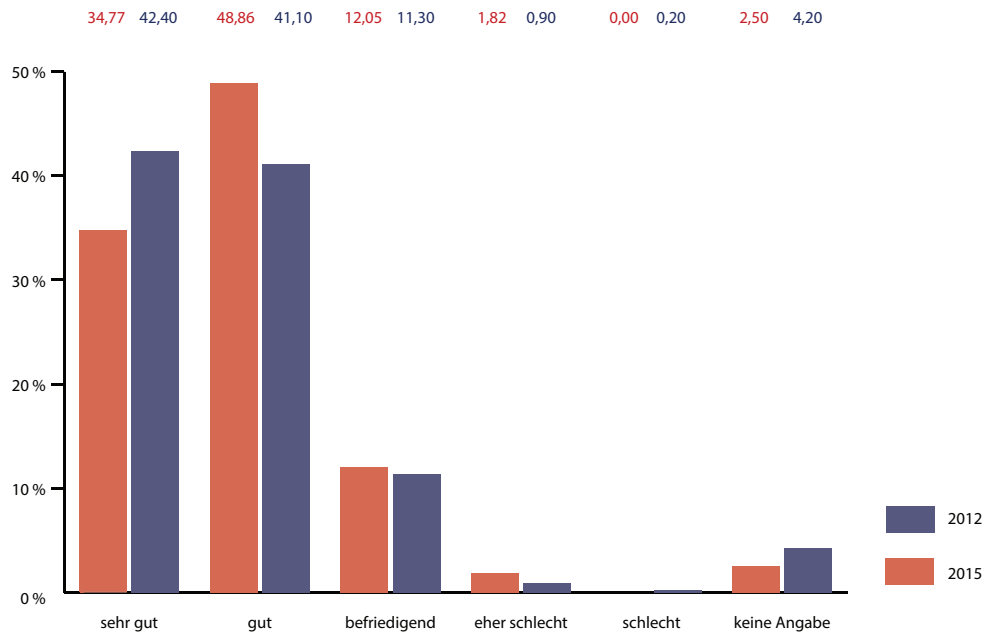


Abb. 34: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig.



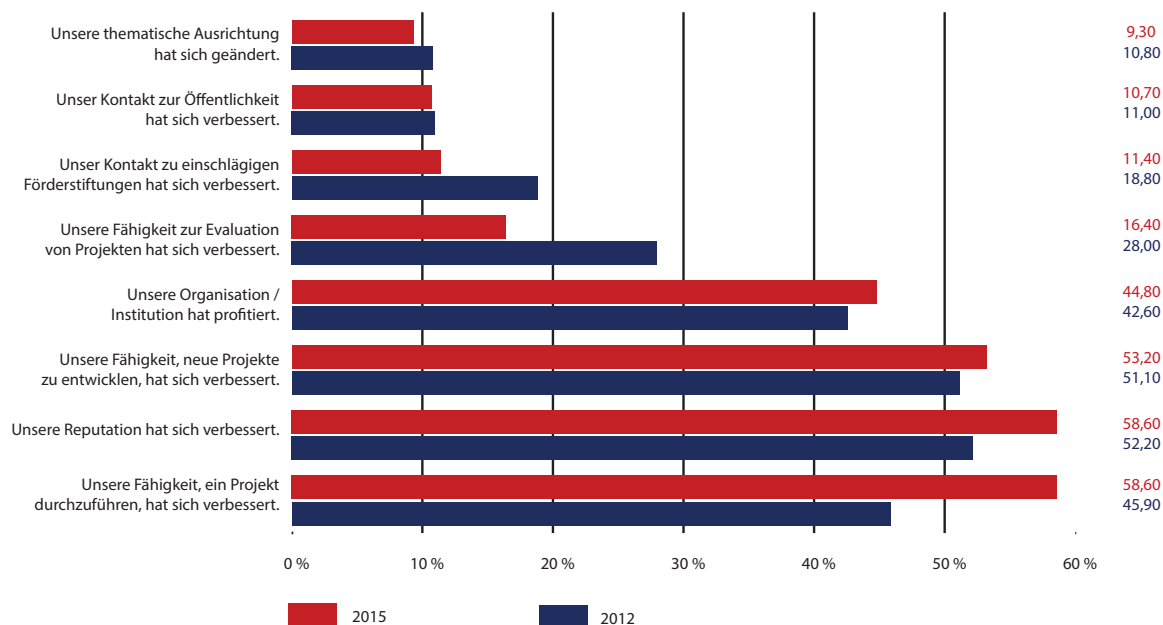
Die Frage nach der Bewertung des administrativen Aufwandes im Projekt konnte in der Umfrage jeweils nur von den bewilligten Förderpartnern beantwortet werden. Im Vergleich zum Gesamtsample (Abb. 12) wurde deutlich, dass die Fritz Thyssen Stiftung den administrativen Aufwand für ihre Förderpartner in einem sehr angemessenen und für die Partner geschätzten Rahmen hält. Diese unbürokratische Arbeitsweise ist ein zentrales Charakteristikum der Fritz Thyssen Stiftung und taucht an anderen Stellen der Erhebung mehrmals auf. Vergleicht man die Ergebnisse mit dem Stand aus 2012, so haben sich leichte Veränderungen dahingehend ergeben, dass sich die sehr guten Wertungen reduziert, die guten Wertungen in nahezu identischem Umfang zugenommen haben. Eine eindeutigere, positiv zur Kenntnis genommene Formulierung und Standardisierung des Antragsentwurfs mag später einhergehen mit einem leicht gestiegenen, administrativen Aufwand. Diese Balance zu finden und zu halten ist stetige Aufgabe für die Stiftung, sie ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt in Ordnung.

Abb. 35: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand im Projekt?



Vergleicht man die Effekte, die sich durch die Zusammenarbeit mit der Stiftung über die Förderung hinaus ergeben haben, so gibt es mehrere Punkte, bei denen sich eine Veränderung ergeben hat (Abb. 36): von einer verbesserten Fähigkeit, ein Projekt durchzuführen, berichten im Jahr 2015 58,6%, vor drei Jahren waren es 45,9%. Ebenfalls zu einer Steigerung kam es hinsichtlich der Reputation, die mit einer Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung einhergeht: auch diese hat im Vergleich zu 2012 leicht zugelegt und findet sich für 58,6% der Partner bestätigt. Nur eine marginale, zweiprozentige Steigerung ergab sich für die Kohorte 2015 bei der Entwicklung neuer Projekte sowie in der Tatsache, dass die Herkunftsorganisation, in der die Partner verortet sind, profitiert habe. Vergleichend betrachtet reduziert hat sich hingegen die Fähigkeit der Partner zur Evaluation ihrer Projekte sowie der verbesserte Kontakt zu einschlägigen Förderstiftungen. Wie im Kapitel zu den Capacity Building-Effekten bereits geschrieben, schlägt sich eine Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung eher auf individueller Ebene nieder.

Abb. 36 Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit mit der Stiftung über die Förderung hinaus ergeben?

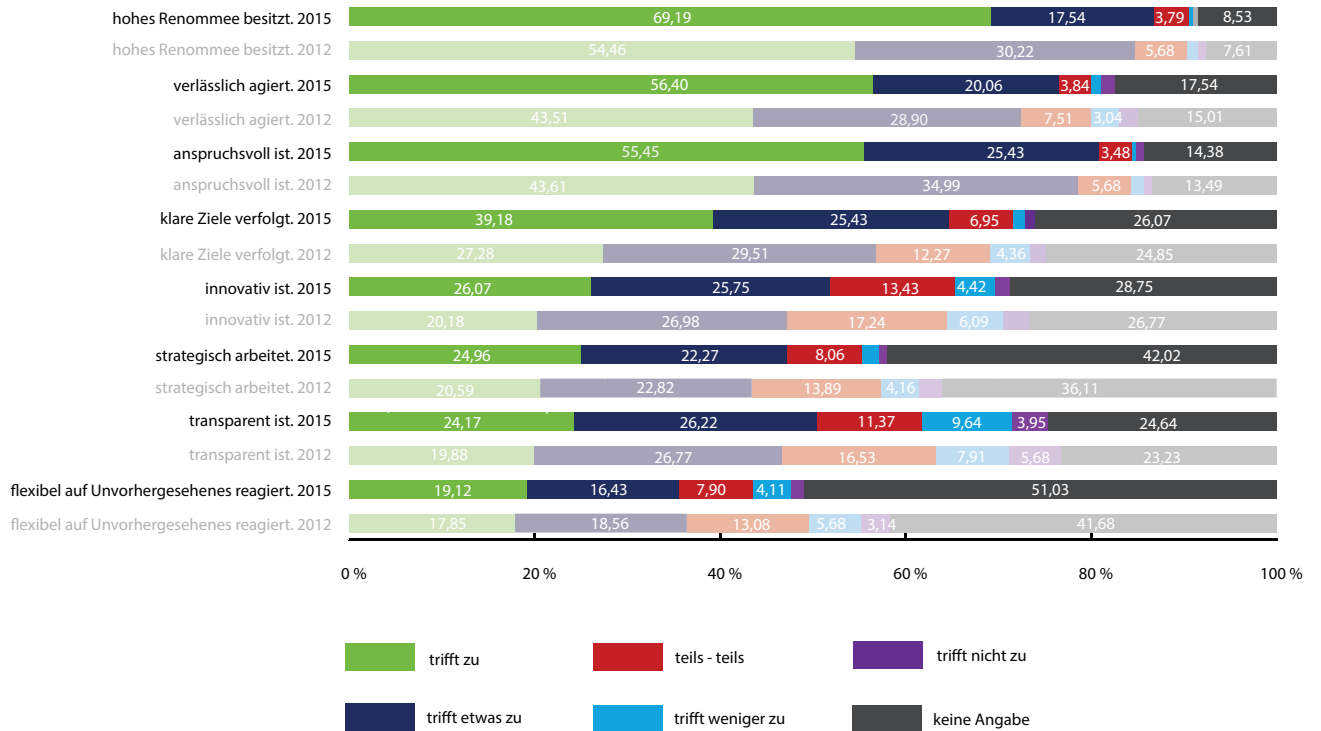


Betrachtet man die Frage zum Ruf der Fritz Thyssen Stiftung zu den beiden unterschiedlichen Erhebungszeitpunkten, so fallen einige Punkte auf (Abb. 37): die Zustimmung der befragten Partner zu fast allen genannten Charakteristika und Merkmalen hat zugenommen, in der Summe haben sich 2015 die Antwortoptionen „trifft zu“ und „trifft etwas zu“ gegenüber 2012 sogar deutlich erhöht. Ein weiterer Punkt ist auffällig: die Reihenfolge der einzelnen Items, verglichen nach der Summe der deutlichen und teilweisen Zustimmung in der Wahrnehmung der Partner, ist identisch geblieben.

Die größte Zustimmung erhielt die Frage nach dem hohen Renommee der Stiftung. Waren es bereits 2012 kumuliert 84,7% aller Partner, die der Fritz Thyssen Stiftung ein hohes Renommee attestierten, so liegt dieser Wert 2015 bei 86,7%, mit einem stark gewachsenen Anteil an deutlicher Zustimmung. Auch in Hinblick auf den Anspruch an ihre Partner sowie in ihrer Eigenschaft als verlässlicher Akteur konnte die Stiftung ihre Position mit höheren Zustimmungswerten ausbauen. Die Verfolgung klarer Ziele erhöhte sich in der deutlichen Zustimmung der Partner von 27,3% auf 39,2%. Einhergehend mit der leicht gestiegenen Zustimmung zur Einschätzung nach der strategischen Arbeitsweise bedeuten diese Ergebnisse, dass die Stiftung in ihrer strategischen Ausrichtung die Kommunikation und Außendarstellung konkretisiert hat. Dies kann mit Umstand mit der Tatsache einhergehen, dass auch die formalen Anforderungen an einen Antrag sich als eindeutiger herausgestellt haben.

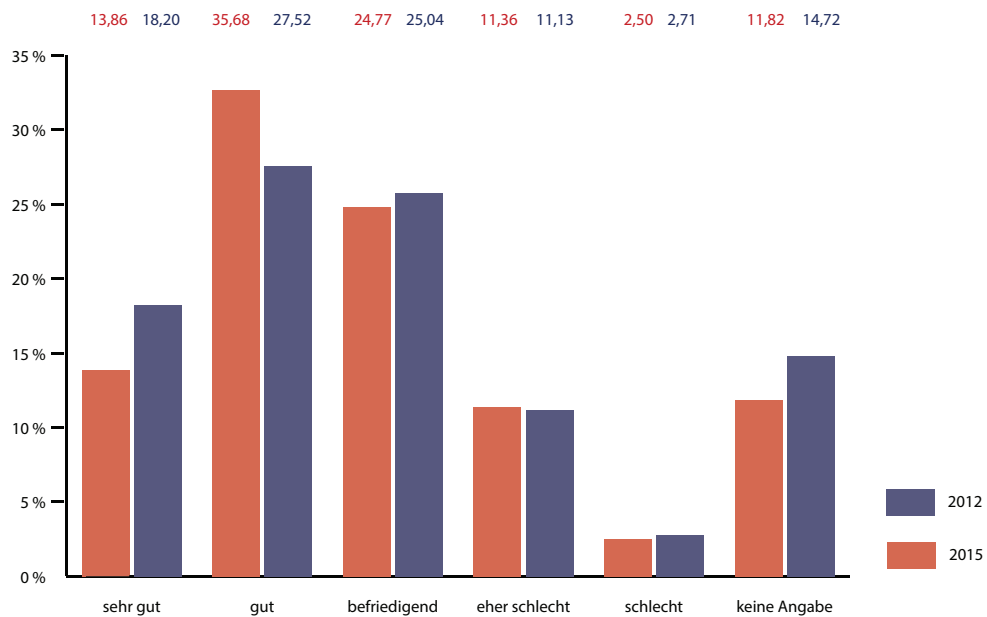
In den Bewertungen an letzter Stelle verblieben sind die Punkte Transparenz und Flexibilität. Wie in der Pilotstudie 2012 bereits angemerkt, genießen Stiftungen nur bedingt diesen Ruf. In der vergleichenden Auswertungen der Umfragen für die Fritz Thyssen Stiftung ist hinsichtlich der Frage nach der Flexibilität anzumerken, dass sich der Anteil der Partner, die keine Angabe machen konnten oder wollten, um 10% erhöht, dies kann mit der erhöhten Anzahl an Tagungsförderungen zusammenhängen. Im Bereich der Transparenz haben sich nur geringfügige Verbesserungen in der Wahrnehmung der Partner ergeben.

Abb. 37: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die...



Die Trendangaben zum Kriterium der Transparenz der Entscheidungsprozess untermauern nochmals die oben dargestellte Wahrnehmung.

Abb. 38: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse?



Obwohl diese Frage nur von den Förderpartnern der Stiftung beantwortet werden konnte, sind die erzielten Ergebnisse – auch in Anbetracht der sehr hohen Zustimmung zu anderen Items – Anlass für mögliche Optimierungsprozesse innerhalb der Stiftung.

Der Rückgang um rund 5% bei den sehr guten Bewertungen wurde zwar kompensiert durch die prozentual identische Zunahme an guten Bewertungen, dennoch bleibt es wesentliches Ergebnis aus der Umfrage für die Fritz Thyssen Stiftung, dass sich in dem Bereich noch Verbesserungschancen eröffnen.

H. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER STUDIE FÜR DIE FRITZ THYSSEN STIFTUNG

Das Learning from Partner-Projekt hat sich auch in seiner zweiten Erhebungswelle als erfolgreicher Evaluationsansatz erwiesen, der es den Partnern als zentralen Stakeholdern von Stiftungen ermöglichte, ihr Feedback an die Förderorganisation zurückzumelden. Die spezifische Arbeitsweise und strategische Ausrichtung der Fritz Thyssen Stiftung findet sich in den Daten und vergleichenden Ergebnissen gut repräsentiert.

Erneut signalisieren die Resultate für die Fritz Thyssen Stiftung eine große Bestätigung ihrer Arbeit und stärken ihre Position im Feld der Wissenschaftsförderung in Deutschland: so wurde die Partnerschaft erneut von 96% der Förderpartner als sehr gut und gut bewertet. Der Stiftung werden sehr hohe Renommeewerte attestiert, sie gilt als verlässlicher, aber auch zunehmend anspruchsvoller Förderer. Zudem zeichnet sich die Stiftung durch ihre unbürokratische Arbeitsweise und ihr zügiges Entscheidungsverfahren aus, dieses Merkmal wurde an verschiedenen Stellen der Auswertung nicht nur in quantitativen Angaben, sondern auch in lobenden O-Tönen der Partner deutlich.

Da die Fritz Thyssen Stiftung bereits an der Pilotstudie im Jahr 2012 teilgenommen hatte, entfaltet sich mit der Erhebung 2015 nun das Potential von Learning from Partners, das im Design als Trendstudie angelegt ist und auf organisationale Verbesserungsmomente fokussiert. Wie bereits 2012 formuliert, sind die folgenden Aussagen und Empfehlungen als mögliche stiftungsinterne Diskussionsgrundlage für eine Verbesserung von Steuerung und Ausrichtung zu betrachten, sie sind weder normativ noch verbindlich und können in ihrer Relevanz allein von den Führungsgremien der Fritz Thyssen Stiftung bewertet werden. Erneut setzen die Empfehlungen dort an, wo sich in der vergleichenden Auswertung Abweichungen zum Gesamtsample oder zu den Ergebnissen der ersten Erhebung ergeben haben.

In sehr positiver Weise zeigen die Trendergebnisse einen höheren Zufriedenheitsgrad unter den Partnern. Dies trifft insbesondere für die Phase der Antragstellung sowie in der Förderphase mit dem Kontakt zur Ansprechperson zu. Diese Verbesserung mag mit dem veränderten Kommunikationsauftritt im Internet zusammenhängen, auf dem nun Ansprechpartner und Zuständigkeitsbereiche innerhalb der Stiftung aufgelistet sind; zudem gab es möglicherweise interne Restrukturierungsprozesse, die diese Verbesserungen mitbedingten. In jedem Fall hat die Stiftung auf die Ergebnisse und Empfehlungen der Pilotstudie reagiert und konnte eine Verbesserung in diesem Bereich erzielen.

In der Wahrnehmung der Partner konnte die Stiftung steigende Renommeewerte verzeichnen und an Verlässlichkeit zulegen. Interessanterweise veränderte sich die Wahrnehmung der Items, die die Stiftungsstrategie betreffen: bei der Verfolgung klarer Ziele sowie als strategischer Akteur stieg die Zustimmung unter den Partnern. Diese Fokussierung auf die Stiftungsziele mag im administrativen Bereich einhergehen mit den klar formulierten Anforderungen an einen Antrag (vgl. Abb. 10). Als möglicherweise unintendierte Folge dieser zielgerichteten Handlung stieg der administrative Aufwand im Projekt. Als Empfehlung und Rückmeldung aus der vergleichenden Trendauswertung ließe sich ableiten, dass eine Balance zwischen unbürokratischem Förderhandeln und strategischer Zielsetzung existiert, die es seitens der Stiftung zu beachten gilt. Die Fritz Thyssen Stiftung genießt den Ruf, ein unbürokratischer Akteur der Wissenschaftsförderung zu sein, dessen offene Förderlogik nahezu als Alleinstellungsmerkmal im Feld gelten kann. Sollte es zu einer Re-Justierung der Stiftungsstrategie kommen, mag sich dies auf den bislang als sehr positiv geschätzten administrativen Aufwand auswirken.

Keine Veränderungen, hingegen ein leichter Rückgang der positiven Bewertungen ist hinsichtlich der Transparenz der Stiftung zu vermerken. Allgemein gibt die Studie im Bereich der Informationspolitik Hinweise auf Optimierungsmöglichkeiten. Nicht nur durch zahlreiche qualitative Angaben untermauert, auch quantitativ betrachtet gab es deutlich kritische Anmerkungen seitens der Partner; die positiven Ergebnisse für die Fritz Thyssen Stiftung liegen im Querschnitt 2015 betrachtet unterhalb des gesetzten Durchschnitts, im Trendverlauf haben sie sich sogar leicht verschlechtert. Auch wenn es kein neues Phänomen ist, das mit Learning from Partners identifiziert wurde, drücken die Resultate jedoch den deutlichen Wunsch der Partner nach einer Modifikation für diesen zentralen Aspekt der Stiftungsarbeit aus. Wie an unterschiedlichen Stellen deutlich wurde, korrelieren die Wertungen der Transparenz unmittelbar und mittelbar mit dem Zufriedenheitsgrad der Partner und letztlich mit der Reputation der Stiftung. Als älteste private wissenschaftsfördernde Stiftung in Deutschland könnte es für die Fritz Thyssen Stiftung eine Aufgabe darstellen, nach Lösungsansätzen zu suchen und diese zu diskutieren. Ihre Partner wüssten dies zu schätzen, zumal die Fritz Thyssen Stiftung sich der Wertschätzung ihrer Partner versichert sein kann.

I. LITERATUR

CSI (2012): *Learning from Partners. Gesamtreport*. Heidelberg.

Koch, Achim; Martina Wasmer (2004): Der ALLBUS als Instrument zur Untersuchung sozialen Wandels: Eine Zwischenbilanz nach 20 Jahren. In: Schmitt – Beck, Rüdiger; Martina Wasmer; Achim Koch (Hrsg.): *Sozialer und politischer Wandel in Deutschland. Analysen mit ALLBUS Daten aus zwei Jahrzehnten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 13-41.

Mochmann, Ekkehard (2014): Quantitative Daten für die Sekundäranalyse. In: Baur, Nina; Jörg Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 233-244.

Prüfer, Peter; Margrit Rexroth (2005): *Kognitive Interviews*. ZUMA How-to Reihe Nr. 15. Online unter http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/howto/How_to15PP_MR.pdf (letzter Zugriff am 22.07.2015).

Stein, Petra (2014): Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Baur, Nina; Jörg Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 135-152.

Stockmann, Reinhard; Wolfgang Meyer (2014): *Evaluation. Eine Einführung*. Opladen & Toronto: Verlag Barbara Budrich.

Then, Volker; Christian Schober (Hrsg.) (2015): *Praxishandbuch Social Return on Investment. Wirkungen sozialer Investitionen messen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Wagner, Pia; Linda Hering (2014): Online – Befragung. In: Baur, Nina; Jörg Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 661-673.

Youker, Brandon W.; Allyssa Ingraham (2013): Goal-Free Evaluation: An Orientation for Foundations' Evaluations. *The Foundation Review* 5(4), S. 51-61.

