Fritz Thyssen Stiftung
für Wissenschaftsförderung

LEARNING
FROM
PARTNERS

REPORT 2018

FRITZ THYSSEN STIFTUNG

LEARNING FROM PARTNERS

REPORT 2018. FRITZ THYSSEN STIFTUNG

Heidelberg, Januar 2019

HERAUSGEBER

Centrum für soziale Investitionen und Innovationen
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
Bergheimer Straße 58
69115 Heidelberg
Telefon: 06221 54119-50
Telefax: 06221 54119-99
E-Mail: csi@csi.uni-heidelberg.de

PARTNER

Boehringer Ingelheim Fonds
Deutsche Bundesstiftung Umwelt
Fritz Thyssen Stiftung
Klosterkammer Hannover
Software AG - Stiftung
Stiftung Mercator
VolkswagenStiftung
Wilhelm Sander-Stiftung

TEXT, REDAKTION UND LAYOUT

Martin Hölz, Christoph Schätzer

© Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg 2019

INHALT

A. VORWORT DER AUTOREN **7**

B. EXECUTIVE SUMMARY **8**

C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT **10**

D. FORSCHUNGSDESIGN UND EMPIRISCHE ERHEBUNG **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 19

III. BEWERTUNG DER ADMINISTRATIVEN PROZESSE 23

IV. BEITRÄGE ZUM CAPACITY BUILDING 28

VI. ZUR TRANSPARENZ DER STIFTUNG 40

VII. FEEDBACK DER ABGELEHNTEN ANTRAGSTELLER 43

VIII. THEMENSCHWERPUNKT DIGITALISIERUNG 46

G. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER STUDIE FÜR DIE FRITZ THYSSEN STIFTUNG **47**

H. LITERATURVERZEICHNIS **49**

A. VORWORT DER AUTOREN

Liebe Leserinnen und Leser,

in Zeiten wachsender Herausforderungen und stetiger Veränderungen bleiben auch Stiftungen von den Entwicklungen nicht unberührt. Als besondere Organisationen der Zivilgesellschaft können Stiftungen neue Wege beschreiten, Innovationen anstoßen und gleichzeitig durch kontinuierliche Arbeit Beständigkeit vermitteln. Hierfür ist eine stabile Organisationsstruktur ebenso notwendig wie ein wiederkehrender Dialog mit den Stakeholdern, die sie umgeben. Als Element des Dialogs und gleichzeitig als Beitrag zur Organisationsentwicklung von Stiftungen freuen wir uns sehr, Ihnen die Ergebnisse der dritten Erhebungswelle des Projektes Learning from Partners mit diesem Bericht vorstellen zu können.

Im Stiftungssektor ist Learning from Partners bis dato einzigartig. Einerseits, weil das Projekt als Evaluation im Verbund allgemeine Strukturen und Abläufe ebenso wie stiftungsspezifische Besonderheiten und Strategien erfasst. Andererseits, weil es seit 2011 Prozesse der Organisationsentwicklung von Stiftungen beschreiben und nachvollziehen kann. Das erworbene Wissen trägt zu einer Verbesserung des individuellen Stiftungshandelns bei und wirkt positiv auf den Sektor als ganzen, in welchem Fragen der Positionierung und Professionalisierung diskutiert werden.

Aus all den genannten Gründen danken wir den Personen und Organisationen sehr herzlich, die zum Gelingen dieser Studie beigetragen haben: auf Seiten der teilnehmenden Stiftungen danken wir dem Boehringer Ingelheim Fonds, der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, der Fritz Thyssen Stiftung, der Klosterkammer Hannover, der Software AG – Stiftung, der Stiftung Mercator, der VolkswagenStiftung sowie der Wilhelm Sander-Stiftung herzlich für die Förderung und das damit verbundene Vertrauen. Unser herzlicher Dank gilt ebenfalls allen Partner*innen, die ihre Zeit investiert und an der Umfrage teilgenommen haben. Mit ihren Rückmeldungen und Auskünften haben sie zu einem gelungen Projektverlauf maßgeblich beigetragen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns gleichermaßen über Ihre Anregungen und Rückmeldungen.

Heidelberg, im Januar 2019

B. EXECUTIVE SUMMARY

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt, das in den Jahren 2017/2018 bereits zum dritten Mal am Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen der Universität Heidelberg durchgeführt wurde. Das Vorhaben widmet sich der systematischen Evaluation der Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und ihren Antragstellern und Förder- bzw. Kooperationspartnern. Im Rahmen einer Online-Umfrage werden die Partner eingeladen, ihr Feedback an die Stiftungen zu den Themen Zufriedenheit, Administration, Capacity Building und Wahrnehmung der Stiftung zurückzumelden.

Zur Zufriedenheit der Partner

95,8 % der geförderten Partner der Fritz Thyssen Stiftung bewerten die Zusammenarbeit als sehr gut oder gut. Auch im Kontakt mit der Stiftung in der Phase der Antragstellung zeigen sich die befragten Partner sehr zufrieden, 61,4 % vergeben eine sehr gute, weitere 24,6 % eine gute Wertung. Im Vergleich zu 2015 stieg der Anteil an sehr zufriedenen Partnern um 16,4 %. Die Einschätzungen der Partner stellen für die Fritz Thyssen Stiftung ein sehr positives Feedback dar.

Bewertung der administrativen Prozesse

Für 91,7 % aller befragten Partner sind die formalen Anforderungen an einen Antrag eindeutig, die Fritz Thyssen Stiftung arbeitet hier auf einem sehr hohen professionellen Niveau. Erneut überdurchschnittlich positive Ergebnisse erzielte die Stiftung mit Blick auf den administrativen Projektaufwand für die geförderten Partner (79 % an sehr guten und guten Wertungen), die unbürokratische Arbeitsweise der Stiftung wird besonders betont. Auch in Hinblick auf die Informationspolitik in der Phase der Antragstellung weisen die Ergebnisse auf leichte Verbesserungen hin, im Vergleich zur Erhebung 2015 war ein größerer Prozentsatz der Befragten vollständig (2018: 32,7 %; 2015: 25,6 %) über die stiftungsinterne Bearbeitung des eingereichten Antrages informiert.

Beiträge zum Capacity Building

Eine Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung wirkt insbesondere positiv auf die Reputation der Partner, diesen Effekt geben 60,1 % an. Auch hat sich eine Verbesserung der Fähigkeiten, Projekte durchzuführen, bei 52,9 % ergeben. Von verbesserten Karrierechancen berichten 40,8 % der Befragten. Während diese Effekte im Vergleich überdurchschnittlich ausfielen, fallen die Rückmeldungen zu anderen, konkreten Unterstützungsangeboten (Netzwerkarbeit, Öffentlichkeitsarbeit etc.) deutlich geringer aus. Wenn auch diese Punkte nicht zu den zentralen Aufgaben der Stiftung zählen, so würden sich manche Partner den einen oder anderen Impuls in Richtung eines Austausches zwischen den Partnern der Fritz Thyssen Stiftung wünschen.

Zur Wahrnehmung der Stiftung

Nach drei Erhebungswellen lässt sich das Image von Stiftungen aus Sicht der Partner mit drei Adjektiven beschreiben: renommiert, verlässlich, anspruchsvoll. Dies ist auch für die Fritz Thyssen Stiftung zutreffend. 76,3 % bestätigen zudem die Aussage, nach der eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis innerhalb ihrer Community gilt. Auch die Frage nach der gesellschaftlichen Wirkung der Stiftungsarbeit wird zunehmend bestätigt: stimmten dieser Aussage im Jahr 2015 noch 37,6 % der damals Befragten zu, beträgt der Wert im Jahr 2018 52,8 %.

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 weiterhin mögliche Optimierungsansätze. Nur knapp die Hälfte (46,3 %) aller bewilligten Förderpartner bewertete die Transparenz der Entscheidungsprozesse als sehr gut und gut, hierzu gab es in den qualitativen Kommentaren manch kritische Anmerkung.

Feedback der abgelehnten Antragsteller

Unter den abgelehnten Antragstellern konnte die Fritz Thyssen Stiftung den Zufriedenheitsgrad leicht verbessern, insbesondere die kritischen Wertungen fielen geringer aus als in der Erhebung 2015. Verbunden mit den Einschätzungen zu den Transparenzfragen, ließen sich hier noch Verbesserungen empfehlen. Mit 18,9 % bleibt es 2018 bei einem gleichbleibend geringen Prozentanteil nicht bewilligter Antragsteller (2015: 17,1 %), denen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt wurden.

Die Ergebnisse der Erhebung stellen für die Fritz Thyssen Stiftung ein sehr positives Feedback dar und verdeutlichen ihre besondere Position im Feld der Wissenschaftsförderung. Die Stiftung konnte im zeitlichen Verlauf eine stetige Zunahme des Zufriedenheitsgrades unter ihren Partner verzeichnen und wird aufgrund ihrer unbürokratischen Arbeitsweise sehr geschätzt. In den formal-administrativen Abläufen ist die Stiftung sehr gut und professionell agierend aufgestellt, die für eine wissenschaftsfördernde Stiftung wesentlichen Effekte der Forschungsfreiheit und des Reputationsgewinns werden durch die Partner bestätigt.

C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt, das als Trendstudie konzipiert bereits zum dritten Mal am Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen (CSI) der Universität Heidelberg durchgeführt wurde[1]. Das Vorhaben widmet sich der systematischen Evaluation des Kooperationsverhältnisses zwischen Stiftungen und ihren Partnern[2], wobei der Fokus auf der Performanz sowie der organisationalen Weiterentwicklung der Stiftung liegt. Im Mittelpunkt der Studie steht das Ziel, ein systematisches und umfassendes Feedback von Antragstellern, Fördermittelempfängern und Kooperationspartnern von Stiftungen zu erheben, das Aufschluss über die jeweilige Arbeitsweise, die organisationale Aufstellung, die stiftungsinternen Abläufe und die Umsetzung der Stiftungsstrategie geben soll. Mit den erzielten Ergebnissen trägt das Projekt einerseits auf Organisationsebene zur Optimierung und Professionalisierung des Stiftungshandelns bei und eröffnet andererseits die Möglichkeit, nachhaltige und zielgerichtete Veränderungen im Stiftungssektor anzustoßen. Im Folgenden sollen kurz die Kontextbedingungen für das Projekt vorgestellt und auf die jeweiligen Ebenen eingegangen werden.

Stiftungen gehören „zu den autonomsten Institutionen der modernen Gesellschaften“[3] und agieren in „relativer Unabhängigkeit von Marktmechanismen und Wahlzyklen“ (ebd.). Mit ihren vielfältigen Rollen, seien sie komplementär, substituierend, bewahrend oder innovativ-themenanwaltschaftlich angelegt, verfügen Stiftungen über komparative Vorteile und sind in der Lage, Risiken einzugehen, Problemfelder zu identifizieren oder Innovationen zu fördern. In den vergangenen Jahren stieg die Anzahl an Stiftungen kontinuierlich an, gegenwärtig verzeichnet der Bundesverband Deutscher Stiftungen eine Gesamtanzahl von 22.274 rechtsfähigen Stiftungen in Deutschland, von denen allein 549 im Jahr 2017 neu errichtet wurden[4]. Aufgrund dieser rasanten Zunahme hat sich sowohl die öffentliche als auch die wissenschaftliche Aufmerksamkeit verstärkt dem Stiftungswesen zugewandt, es wurden die Rollen und Funktionsweisen von Stiftungen[5], ihre Verortung in der Zivilgesellschaft sowie der spezifische Beitrag von Stiftungen zum Gemeinwohl eingehender untersucht, wobei Begriffe wie Accountability, Transparenz oder Impact in die Diskussion mit eingebracht wurden. Wesentliche Beiträge finden sich in den Publikationen von Power[6], Porter & Kramer[7], Anheier & Daly[8] sowie Anheier, Förster, Mangold und Striebing[9]. Diese Transformationen auf gesellschaftlicher Makroebene greifen Stiftungen auf Organisationsebene auf ganz unterschiedliche Weise auf: verstärkt durch eine sektor-interne Dynamik, beschäftigten sich Stiftungen in zunehmendem Maße mit Fragen von Strategie, Qualität und Wirkung. Um der Gefahr einer „idealistischen Ineffizienz“[10] zu entgehen, reflektieren Stiftungen seit den vergangenen beiden Dekaden ihren Modus Operandi, entwickeln gemeinschaftliche Projekte und Vorhaben oder agieren verstärkt in der themenanwaltschaftlichen Politikberatung.

1 CSI 2015; CSI 2012
2 Die gewählte Form (Partner, Antragsteller, Mitarbeiter) bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen.
3 Anheier 2012: 23
4 vgl. Bundesverband Deutscher Stiftungen 2018
5 Anheier et al 2017
6 Power 1997
7 Porter & Kramer 1999
8 Anheier & Daly 2007
9 Anheier et al 2017
10 So Arend Oetker in Jacobi 2009: 145

Stiftungen verstehen sich zunehmend als lernende Organisationen[11], legen verstärkt Wert auf eine effektive und effiziente Durchführung und Erfüllung ihres Stiftungszweckes und kommen dabei gleichsam Anforderungen von Legitimität und Transparenz nach, da „neben inhaltlichen Qualitätsmaßstäben an die Arbeit Fachlichkeit auch auf der strategischen und operativen Ebene des Managements mittlerweile von vielen Partnern als selbstverständlich betrachtet wird“[12]. Learning from Partners als gemeinschaftliches Evaluationsprojekt stellt daher einen Baustein für eine umfassende Organisationsentwicklung von Stiftungen auf ihrem Professionalisierungsweg dar. Die Ergebnisse des Projektes geben exemplarisch Aufschluss über die Aktivitäten von Stiftungen, über ihr Wirken in der Gesellschaft und in den jeweiligen Themenfeldern. Sie tragen zur Legitimität von Stiftungen bei und erfüllen Anforderungen von Transparenz und Professionalisierung. Innerhalb des Stiftungssektors entsteht durch das Projektdesign eine Plattform zum Austausch zwischen den beteiligten Stiftungen, da spezifische Fragestellungen oder Probleme nicht notwendigerweise eine Stiftung allein betreffen. Durch eine Clusterzusammenstellung ähnlich aufgestellter und arbeitender Stiftungen lassen sich Verständigungswege generieren, die den wechselseitigen Austausch fördern. Auf organisationaler Ebene können die Ergebnisse schließlich als Entscheidungsgrundlage für die strategische und operative Steuerung der jeweiligen Stiftung dienen und ermöglichen einen Abgleich von Fremd- und Eigenbild. Der Ansatz von Learning from Partners geht hierbei über die Programmebene hinaus und fokussiert auf die Stiftung als Entität, in der die unterschiedlichen Organisationseinheiten, die für die Partner wesentlich sind, mit ihrer Performanz im Zentrum stehen.

Nach der Pilotstudie, die in den Jahren 2011/2012 mit sechs teilnehmenden Stiftungen durchgeführt wurde, haben sich an der zweiten Erhebungswelle in den Jahren 2014/2015 elf Stiftungen beteiligt. Die dritte Welle, deren Ergebnisse der vorliegende Bericht vorstellt, wurde in den Jahren 2017/2018 von acht Stiftungen gefördert: es sind dies der Boehringer Ingelheim Fonds, die Deutsche Bundesstiftung Umwelt, die Fritz Thyssen Stiftung, die Klosterkammer Hannover, die Software AG – Stiftung, die Stiftung Mercator, die VolkswagenStiftung sowie die Wilhelm Sander-Stiftung. Drei der acht genannten Stiftungen waren an allen drei Erhebungswellen beteiligt (Fritz Thyssen Stiftung, Stiftung Mercator, VolkswagenStiftung), drei Stiftungen haben sich zum zweiten Mal beteiligt (Klosterkammer Hannover, Software AG – Stiftung, Wilhelm Sander-Stiftung) und zwei Stiftungen sind in dieser dritten Welle neu hinzugekommen (Boehringer Ingelheim Fonds, Deutsche Bundesstiftung Umwelt). Somit lassen sich für sechs Stiftungen neben den Querschnittsergebnissen der Umfrage 2018 durch den Vergleich mit den Resultaten aus den vorhergegangenen Erhebungen weitere Aussagen zur Organisationsentwicklung ableiten.

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Stiftungen, deren Partner bislang im Rahmen des gemeinschaftlichen Forschungsprojektes befragt wurden.

11 Vgl. Argyris & Schön 1999
12 Posch 2015: 16

Abb. 1: Übersicht der teilnehmenden Stiftungen an den Erhebungswellen in Learning from Partners

	2011 / 2012	2014 / 2015	2017 / 2018
Boehringer Ingelheim Fonds			x
Deutsche Bundesstiftung Umwelt			x
Fritz Thyssen Stiftung	x	x	x
Gerda Henkel Stiftung		x	
Klosterkammer Hannover		x	x
Nds. Bingo-Umweltstiftung		x	
Nds. Lotto-Sport-Stiftung		x	
Robert Bosch Stiftung	x	x	
Software AG - Stiftung		x	x
Stifterverband	x	x	
Stiftung Mercator	x	x	x
VolkswagenStiftung	x	x	x
Wilhelm Sander-Stiftung		x	x
ZEIT-Stiftung	x		

D. FORSCHUNGSDESIGN UND DURCHFÜHRUNG

Das Forschungsprojekt Learning from Partners stellt eine Verbundsevaluation für Stiftungen dar und ist als replikativer Survey konzipiert. Kern des Projektes ist ein eigens entwickelter und getesteter Erhebungsbogen, der sich mittels geschlossener, halb-offener und offener Fragen den unterschiedlichen Facetten der Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und ihren Antragstellern, Förderpartnern und Kooperationspartnern widmet. Hierzu zählen Fragen der Zufriedenheit, die Bewertung von administrativen Prozessen, die Beiträge der Stiftung zum Capacity Building der Partner sowie die generelle Wahrnehmung der Stiftung. Ergänzt wird der Fragenkatalog durch einen variablen Block mit maximal fünf Items, der sich einem weiteren spezifischen Thema widmet. In der zweiten Erhebungswelle in den Jahren 2014/2015 lag der Fokus auf Aspekten der Wirkung der Stiftung, in der dritten Welle wurden die Partner spezifisch zu den Themenfeldern Professionalisierung von Stiftungen und Digitalisierung im Sektor befragt.

Die Durchführung der Umfrage erfolgte computergestützt unter Zuhilfenahme der Open Source Software Lime Survey. Es wurden acht stiftungsindividuelle, inhaltlich nahezu identische Umfragen programmiert, die die Klarnamen der Stiftung nutzten und spezifische Charakteristika der beteiligten Stiftungen berücksichtigten. Die individuelle Programmierung der Umfrage ermöglicht es Stiftungen, jederzeit dem Forschungsprojekt beizutreten, da nicht nur der Längsschnitt, sondern auch die vergleichenden Querschnittsauswertungen jede Organisation in Relation zu den Gesamtergebnissen einer Erhebungswelle und den jeweils beteiligten Stiftungen positioniert. Darüber hinaus können organisationsspezifische Merkmale (Unterschiede in der Benennung von „Förderprogramm“, „Förderinitiative“, „Förderbereich“; ein- oder zweistufiges Antragsverfahren etc.) exakt abgebildet werden. Auch für die zu befragenden Partner bietet die individualisierte Programmierung Vorteile, da durch die Verwendung des Klarnamens der Stiftung eine Eindeutigkeit hergestellt ist, zumal manche Befragten eventuell als Antragsteller und Partner bei zwei oder mehreren Stiftungen gelistet sind.

Zur Grundgesamtheit der zu befragenden Partner zählen alle Personen und Organisationen, die zu einem gegebenen Zeitpunkt – in der jetzigen dritten Welle im Jahr 2017 – (1) einen Antrag an die Stiftung gestellt hatten, der bewilligt oder abgelehnt wurde, (2) eine laufende Projektförderung erhielten oder (3) Kooperationspartner der Stiftung waren oder sind. Mit der durchgeführten Erhebung lässt sich eine Darstellung der Situation dieser Partner in Hinblick auf den Kontakt und die Zusammenarbeit mit der Stiftung zu einem bestimmten Zeitpunkt erheben. Durch die wiederholten Erhebungen können im Rahmen des Projektdesigns als Trendstudie „Aussagen über Wandel und Stabilität auf Aggregatebene getätigt werden“[13], die sich aus den vergleichenden Auswertungen ergeben. Es wird eine organisationsspezifische Beobachtung der Stiftung im Zeitverlauf erzielt, entlang derer die Stiftung ihre Strategie justieren oder sich Feedback über bereits durchgeführte Veränderungen einholen kann. Ergänzend tragen die Resultate zu einem transparenten und interaktiven Verhältnis zwischen Stiftung, Partner und der Öffentlichkeit bei und dienen darüber hinaus der weiteren Forschung.

13 Stein 2014: 143

Die Durchführung der empirischen Umfragen erfolgte zwischen dem18. Januar und 11. März 2018. Die zu befragenden Partner wurden per automatisch generierter E-Mail und individualisiertem Zugangsschlüssel zur Umfrage eingeladen. Die Online-Erhebung gewährleistete die Anonymität der Teilnehmer und schloss Fehler bei der Datenerfassung aus. Die Anonymität der Antwortenden wurde zusätzlich durch die Voreinstellung des Umfrageprogramms gewährleistet, in welcher der Zugangsschlüssel nicht mit den Antwortdatensätzen verknüpft gespeichert wurde. So wurde eine rekonstruierende Zuordnung der Antworten zu den Befragten ausgeschlossen. Im genannten Erhebungszeitraum wurden insgesamt 7.499 Partner eingeladen, von denen 1.836 ihren vollständig ausgefüllten Antwortdatensatz einreichten. Die entspricht einer Gesamtrücklaufquote von 26,5 %.

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 große Unterschiede aufweisen. Da die stiftungsindividuell erzielten Ergebnisse an den Durchschnittsergebnissen gespiegelt werden, in die alle acht durchgeführten Umfragen einfließen, 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 Zweiten Weltkrieg in Köln gegründet. Im Jahr 1961 nahm sie ihre aktive Tätigkeit auf. Die Förderungen der Fritz Thyssen Stiftung erstrecken sich auf Hochschulen und Forschungsstätten, vornehmlich in Deutschland, und unter besonderer Berücksichtigung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Thematisch liegen die Schwerpunktsetzungen der Stiftung auf den Geistes- und Sozialwissenschaften sowie in der Medizin.

Die Fritz Thyssen Stiftung fördert Projekte und Tagungen, sie bietet Forschungsstipendien sowie Reise-, Druck- und Bibliotheksbeihilfen. Diese vielfältigen Förderarten erstrecken sich thematisch auf die Förderbereiche „Geschichte, Sprache und Kultur“, „Staat, Wirtschaft und Gesellschaft“, „Medizin und Naturwissenschaften“ sowie auf den Querschnittbereich „Bild – Ton – Sprache“. Darüber hinaus bestehen gegenwärtig vier Arbeitskreise der Fritz Thyssen Stiftung: der geschichtswissenschaftliche Arbeitskreis „Menschenrechte im 20. Jahrhundert“, der geisteswissenschaftliche Arbeitskreis „Text und Textlichkeit“ sowie der Arbeitskreis „Zurechnung“, der sich diesem Thema philosophisch annähert. Die Arbeitskreise wurden von der Stiftung initiiert und werden von Mitgliedern des Wissenschaftlichen Beirats konzipiert und geleitet; in ihnen forschen ausgewiesene Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Mit Kolloquien, Podiumsdiskussionen und Abendvorträgen wenden sich die Arbeitskreise mit relevanten Frage- und Problemstellungen regelmäßig an die Öffentlichkeit. Diese interdisziplinären Foren »im eigenen Haus« ermöglichen den Dialog der Wissenschaft mit Studierenden, Interessierten und nicht zuletzt mit den Kölner Bürgerinnen und Bürgern.

Als Organe der Stiftung sind das Kuratorium, der wissenschaftliche Beirat sowie der Vorstand zu nennen. Das Kuratorium besteht aus sieben Personen und stellt nach Anhörung des wissenschaftlichen Beirates die Richtlinien auf, nach denen der Stiftungszweck im Einzelnen erreicht werden soll und entscheidet über die Verwendung der Stiftungsmittel. Zudem beruft das Kuratorium die Mitglieder des Wissenschaftlichen Beirats und den Vorstand, dessen Geschäftsführung es überwacht. Der wissenschaftliche Beirat besteht aus 17 Mitgliedern und berät die Stiftung bei der Durchführung der Stiftungsaufgaben, insbesondere bei der Vergabe der Förderungen. Dem Vorstand obliegen die Durchführung der Stiftungsaufgaben sowie die Vermögensverwaltung.

Im Jahr 2016 lag die Höhe der Fördermittel bei € 16,9 Millionen, seit dem Bestehen der Stiftung wurden mehr als 511 Millionen Euro für die Förderung der Wissenschaften bewilligt. In der Geschäftsstelle der Stiftung sind 19 Mitarbeiter beschäftigt.

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

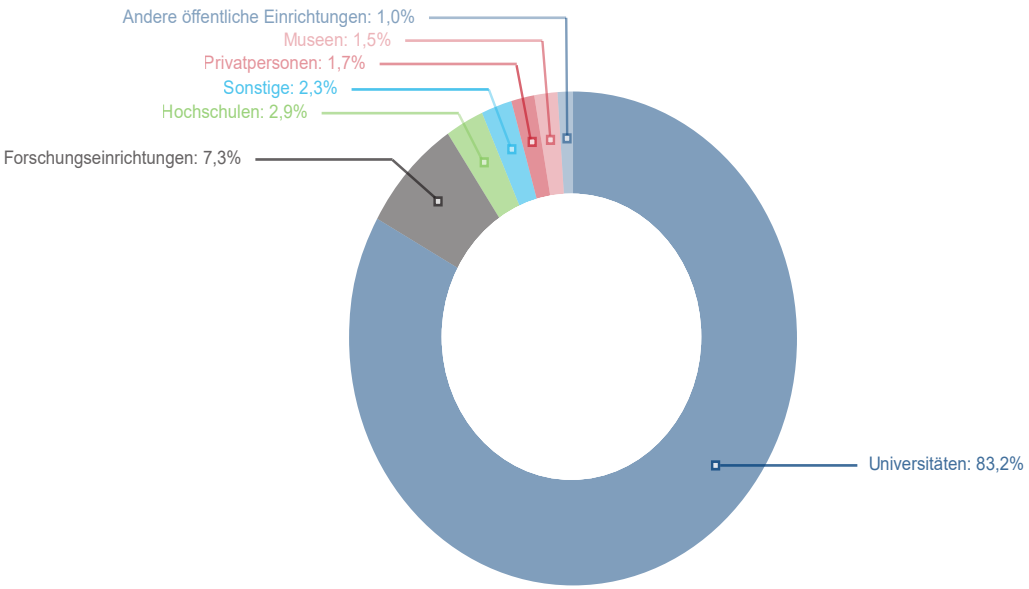
In den folgenden Kapiteln werden die erzielten Ergebnisse aus der Umfrage für die Partner der Fritz Thyssen Stiftung im Vergleich zum Durchschnitt aus allen acht Umfragen (Gesamtsample) sowie im Vergleich zu den erzielten Ergebnissen der vergangenen Erhebungswelle 2015 (Trendvergleich) vorgestellt. Die 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 acht 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 Umfrage Learning from Partners III wurden 1.879 Antragsteller und Partner der Fritz Thyssen Stiftung via Mail eingeladen. Im Erhebungszeitraum vom 24. Januar bis 11. März 2018 nahmen insgesamt 443 Personen teil, dies entspricht einer Rücklaufquote in Höhe von 23,6 %. Unter den Antwortdatensätzen waren die Angaben von 348 geförderten Partnern sowie von 95 nicht bewilligten Antragstellern.

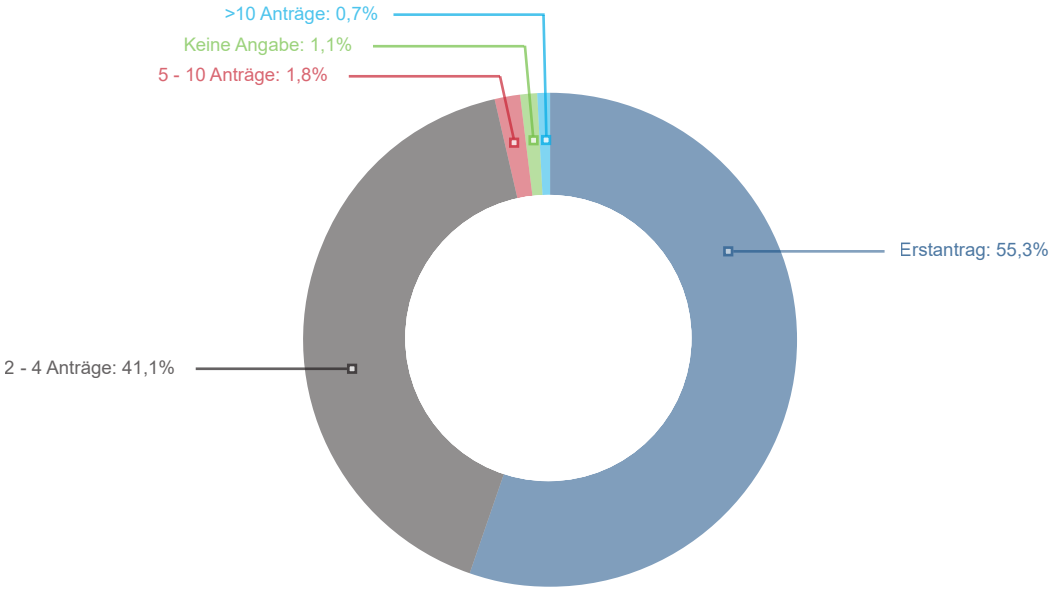
Wie für eine wissenschaftsfördernde Stiftung erwartbar, ist der Großteil der befragten Antragsteller im akademischen Feld verortet, die größte Gruppe entstammt mit 83,2 % den Universitäten, gefolgt von 7,3 % an Personen, die an Forschungseinrichtungen arbeiten. Partner aus anderen Hochschulen (FH, PH) sind mit 2,9 % im Sample vertreten, als Privatperson haben 1,7 % ihren Antrag gestellt. Eine kleine Anzahl Partner arbeiten in Museen (1,5 %), 1 % in öffentlichen Behörden und Einrichtungen.

Abb. 2: Stiftungen erhalten Förderanträge von unterschiedlichen Personengruppen, Institutionen oder Organisationen. In welche der folgenden Kategorien können Sie sich als Antragssteller/-in einordnen?



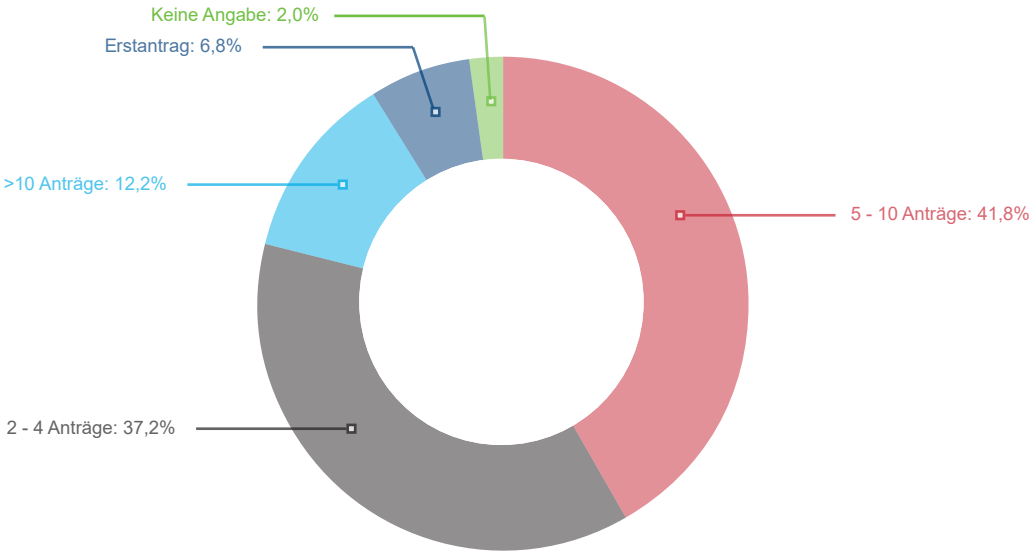
Mit Blick auf die Antragshäufigkeit bei der Fritz Thyssen Stiftung gab mit 55,3 % die größte Gruppe an, in den vergangenen fünf Jahren einen Antrag bei der Stiftung gestellt zu haben. Eine ebenfalls recht große Gruppe mit 41,1 % hat zwischen zwei und vier Anträgen gestellt, mehr als fünf Anträge bei der Stiftung in den vergangenen fünf Jahren erscheinen doch eher als Seltenheit.

Abb. 3: Wie viele Anträge auf Förderung haben Sie in den vergangenen 5 Jahren bei der Stiftung gestellt?



Gleichwohl lassen sich die befragten Partner der Fritz Thyssen Stiftung als antragserfahrene Wissenschaftler charakterisieren, da lediglich für 6,8 % der Antrag bei der Stiftung zugleich ihr erster war. Mit 41,8 % gab die größte Gruppe an, in den vergangenen Jahren zwischen fünf und zehn Anträge an jedwede Förderorganisation gestellt zu haben. 37,2 % hatten zwischen zwei und vier Anträge gestellt. Immerhin 12,2 % lassen sich als Antragsprofis bezeichnen, mehr als zehn Anträge in fünf Jahren zu stellen spricht für eine erhöhte Kenntnis der Drittmittelpraxis.

Abb. 4: Und wie viele Anträge auf Förderung (bei jedweder Förderorganisation) haben Sie in den vergangenen 5 Jahren insgesamt gestellt?



II. Zur Zufriedenheit der Partner

Ein zentrales Interesse der Learning from Partners Erhebungen ist es, die Zufriedenheit unter den Antragstellern und Partner im Kontakt und in der Zusammenarbeit mit ´ihrer´ Stiftung zu erheben. Um dieses subjektive Kriterium möglichst umfassend und systematisch abbilden zu können, wurden entsprechende Fragen an mehreren Stellen des Fragebogens positioniert.

Die Phase der Antragstellung stellt im idealtypischen Verlauf einer Zusammenarbeit einen zentralen Abschnitt dar. Nach der Auswahl und der Entscheidung für die Antragstellung bei einer Stiftung beginnt der Dialog und Austausch, sei es in Form offizieller Dokumente, Hinweisen zur Antragstellung oder Finanzierungsplänen oder in Form eines unmittelbaren Kontaktes mit den Stiftungsreferenten. Gefragt nach ihrer Zufriedenheit in dieser Phase der Antragstellung, gaben 61,4 % aller Antragsteller und Partner der Fritz Thyssen Stiftung an, sehr zufrieden gewesen zu sein, dieser Wert fällt im Vergleich zum Gesamtsample überdurchschnittlich aus. Weitere 24,6 % zeigten sich eher zufrieden, hier liegt der Wert im Durchschnitt bei 26,3 %, also auf annähernd identischem Niveau. Am negativen Ende der Skala bewegen sich die Rückmeldungen im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

Vergleicht man jedoch die Ergebnisse der Fritz Thyssen Stiftung für dieses Item im zeitlichen Verlauf, so fällt eine bemerkenswerte Verbesserung auf: Gaben 2015 noch 45 % der damals befragten Partner an, sehr zufrieden gewesen zu sein, sind es 2018 61,4%. Diese Steigerung um über 15 % ist beachtlich. Auch wenn die Anzahl der eher zufriedenen von 32,7 % auf 24,6 % ebenfalls sank, so ist dieses Ergebnis dennoch ein äußerst positives Feedback an die Stiftung, zumal auch unter den kritischen Rückmeldungen (eher nicht zufrieden, nicht zufrieden) ein Rückgang der Prozentwerte zu verzeichnen ist.

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

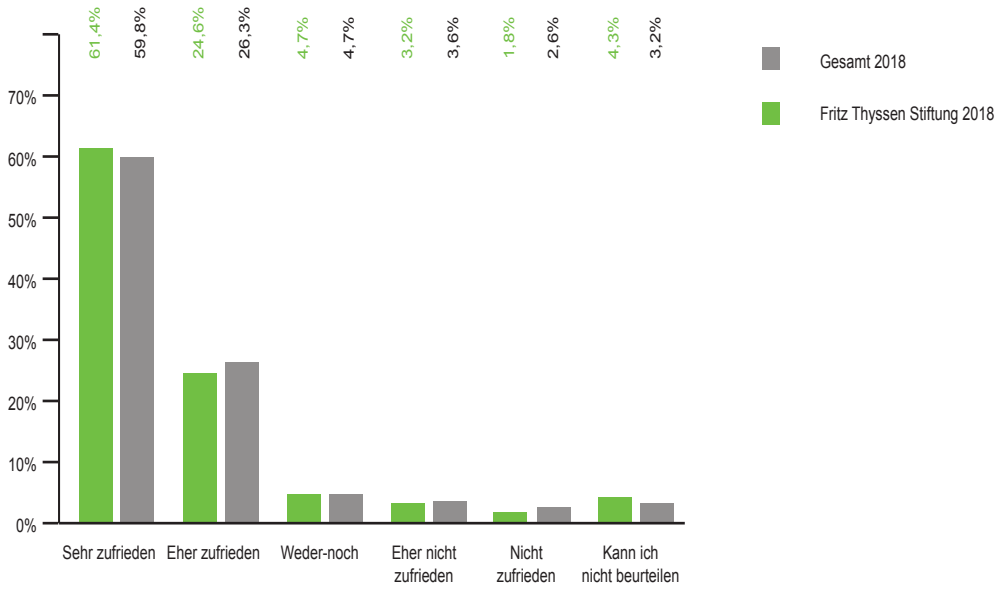
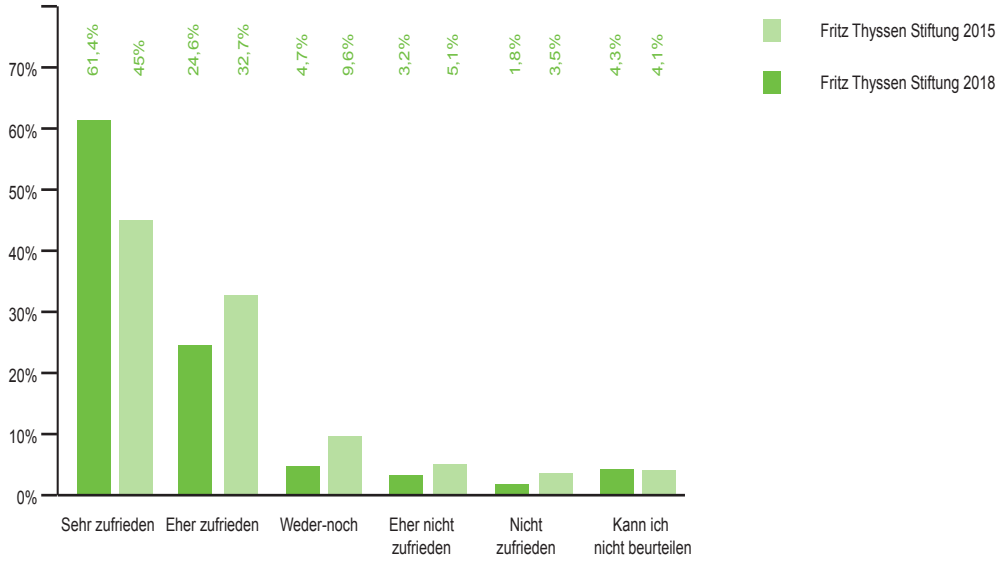


Abb. 6: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung? (Trendauswertung 2015-2018)



Eine Bewertung der Partnerschaft konnte seitens der geförderten Partner der Stiftungen vorgenommen werden. Mit 72,3 % bewerteten überdurchschnittlich viele Partner der Fritz Thyssen Stiftung diese als sehr gut, im Durchschnitt des Gesamtsamples lag der Wert bei 66,1 %. 23,5 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung vergaben eine gute Note, die weiteren Antwortoptionen verzeichnen niedrige einstelle Prozentwerte, wobei hervorzuheben ist, dass kein Partner eine mangelhafte Wertung vergeben hatte. Im Vergleich zum Gesamtsample fallen die Resultate daher sehr positiv aus, im zeitlichen Verlauf besehen konnte die Fritz Thyssen Stiftung den Zufriedenheitsgrad unter ihren Partnern zudem noch steigern, die sehr gute Bewertungen stiegen von 65,7 % (2015) auf 72,3 % (2018).

Abb. 7: Wie bewerten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung insgesamt?

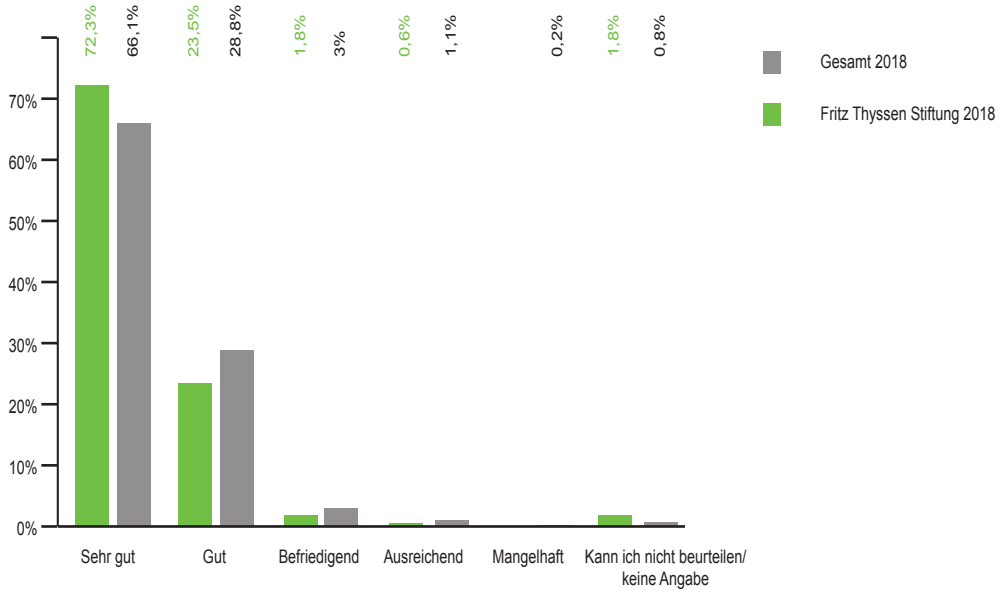
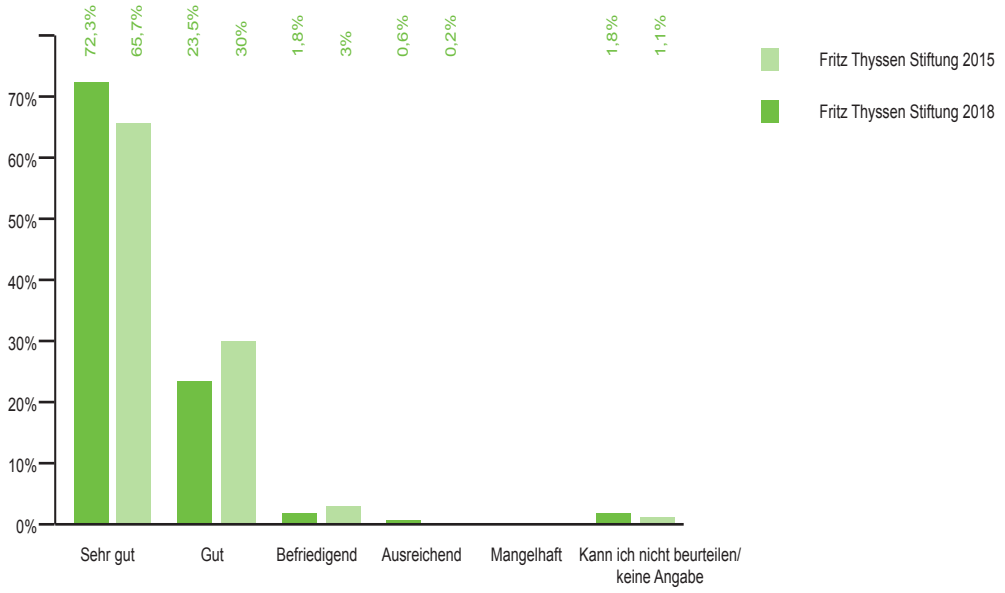


Abb. 8: Wie bewerten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung insgesamt? (Trendauswertung 2015 - 2018)



Die geförderten Partner konnten neben einer allgemeinen Bewertung der Partnerschaft mit der Fritz Thyssen Stiftung zudem ihre Zufriedenheit mit der Kommunikation zu ihrer Ansprechperson bewerten. Im Vergleich zum Gesamtsample ergeben sich keine markanten Abweichungen, der Anteil der sehr zufriedenen Partner fällt mit 66,7 % im Vergleich zum Durchschnitt mit 68,1 % leicht niedriger aus, der Anteil der eher zufriedenen mit 25,9 % etwas höher (Gesamtsample: 24,1 %). Die Prozentwerte bei den verbleibenden Antwortoptionen sind nahezu identisch.

Hingegen lässt sich im Trendverlauf erneut eine positive Entwicklung aufzeigen, der Anteil der sehr zufriedenen Partner stieg ein drittes Mal in Folge von 54,3 % (2012) und 60,5 % (2015) auf 66,7 % (2018). Der Anteil der eher zufriedenen oder sich uneinheitlich äußernden Partner sank um die entsprechenden Prozentpunkte.

In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, äußerten sich die Partner wie folgt:

„Die Kombination von knapper, aber präziser Information, der Möglichkeit zu einem telefonischen Gespräch mit dem zuständigen Referenten sowie einem generell sehr unkomplizierten Verfahren kam mir sehr entgegen, und Ähnliches höre ich auch aus dem Kollegenkreis.“

„Sehr freundliche und überaus hilfsbereits Korrespondenz und Beratung. Zügig, effizient, zielorientiert und wohlgesonnen […]“

Zufassend bleibt für die Dimension der Zufriedenheit festzuhalten, dass sich die Fritz Thyssen Stiftung in der Erhebung 2018 leicht überdurchschnittlich positioniert und im zeitlichen Verlauf eine stetige Zunahme des Zufriedenheitsgrades unter ihren Partner verzeichnen kann.

Abb. 9: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kommunikation zu Ihren Ansprechpersonen während der Förderung?

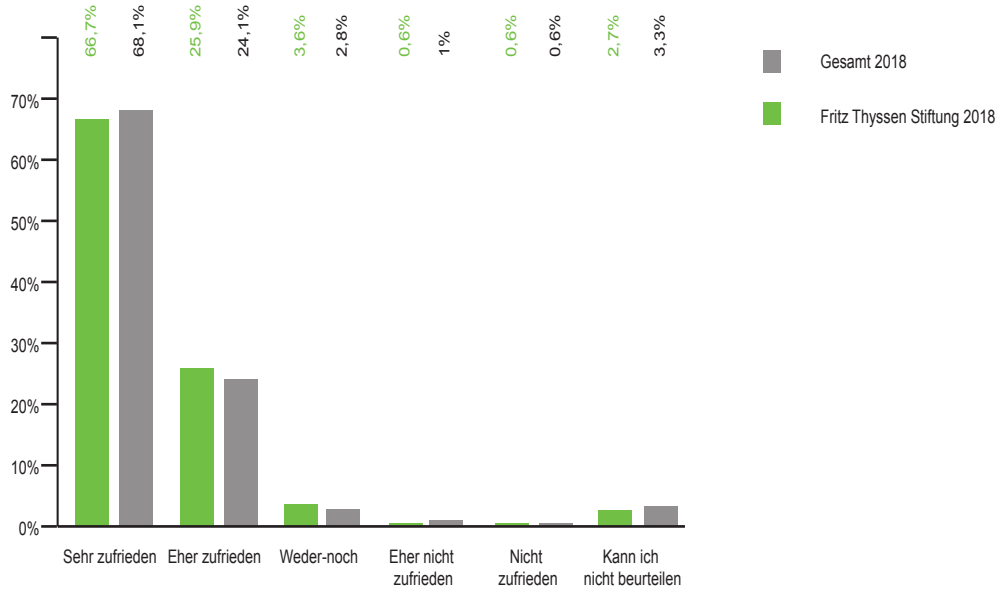
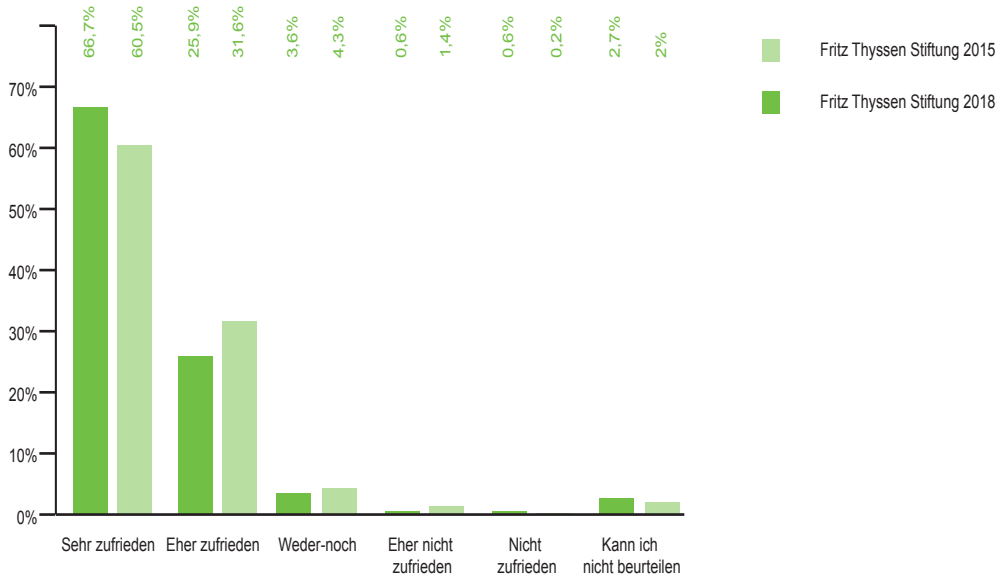


Abb. 10: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kommunikation zu Ihren Ansprechpersonen während der Förderung? (Trendauswertung 2015-2018)



III. Bewertung der administrativen Prozesse

Das Verhältnis zwischen Stiftung und ihren Partnern wird durch administrative Prozesse strukturiert und geprägt, die seitens der Stiftung vorgegeben werden. Diese Vorgaben sind in jeder Phase der Zusammenarbeit zu identifizieren. Zur Bewertung der administrativen Seite der Partnerschaft gingen mehrere Einzelfragen in das Erhebungsinstrument ein, wobei der Schwerpunkt auf der Phase der Antragstellung lag. Diese Phase ist in der Zusammenarbeit zwischen Stiftung und Partner von besonderer Bedeutung, da hier die ersten und weitreichenden Begegnungen mit der Organisationsstruktur der Stiftung stattfinden. Die Auswertungen lassen zudem einen Rückschluss auf den Grad an Etablierung der Stiftung zu und sind in Zusammenhang mit den unterschiedlichen Phasen der organisationalen Entwicklung zu betrachten. Die Auswahl der in diesem Abschnitt vorgestellten Ergebnisse beleuchtet einerseits Fragen, ob die formalen Anforderungen bei Antragsstellung deutlich zum Ausdruck kamen und ob der nachfolgende Bearbeitungsprozess den Partnern gegenüber transparent gemacht wurde. Anderseits zeigen sie auch, wie die Partner den administrativen Gesamtaufwand einschätzen und ob die Verantwortlichkeiten innerhalb des Prozesses eindeutig geregelt sind.

Für die Phase der Antragstellung wurden alle Partner gebeten, ihre Einschätzung bzgl. der formalen Anforderungen an einen Antrag mitzuteilen. 80,6 % aller Befragten gaben an, dass die formalen Anforderungen eindeutig sind, für 11,1 % sind sie teilweise eindeutig. Diese Prozentwerte liegen kumuliert auf identischer Höhe zum Durchschnitt des Gesamtsamples. Bei den weiteren Antwortoptionen finden sich vergleichend betrachtet keine gravierenden Abweichungen. Im Trendvergleich lassen sich erneut leichte Verbesserungen erkennen, die eindeutige Zustimmung der Partner stieg von 71,7 % (2015) auf 80,6 % (2018), verringert hat sich hingegen der Anteil der Partner, die sich neutral äußerten, von 7 % (2015) auf 2,7 % (2018).

Sowohl die Fritz Thyssen Stiftung wie generell alle im Sample vertretenen Stiftungen arbeiten auf hohem professionellem Niveau und kommunizieren klar und deutlich ihre Anforderungen.

Abb. 11: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig.

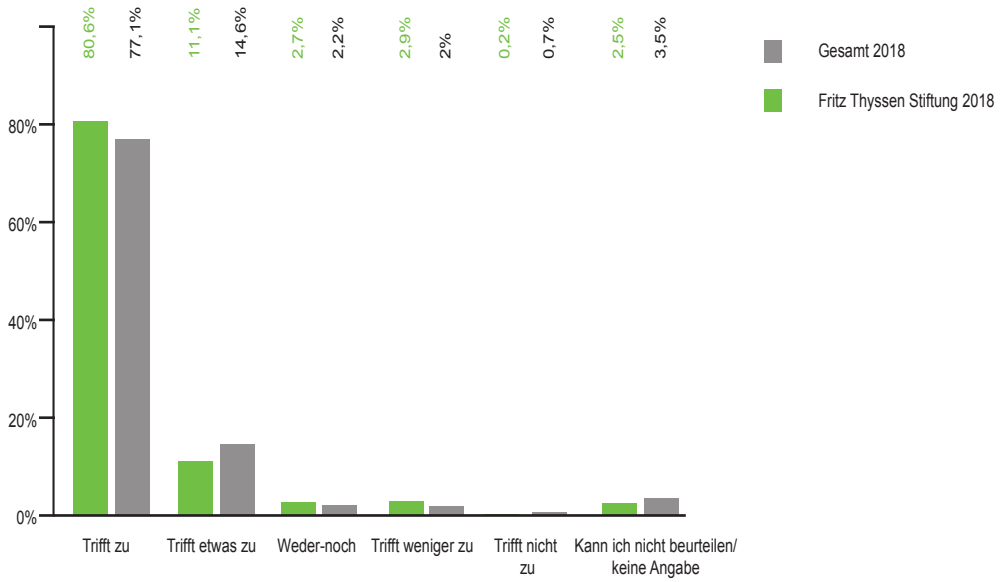
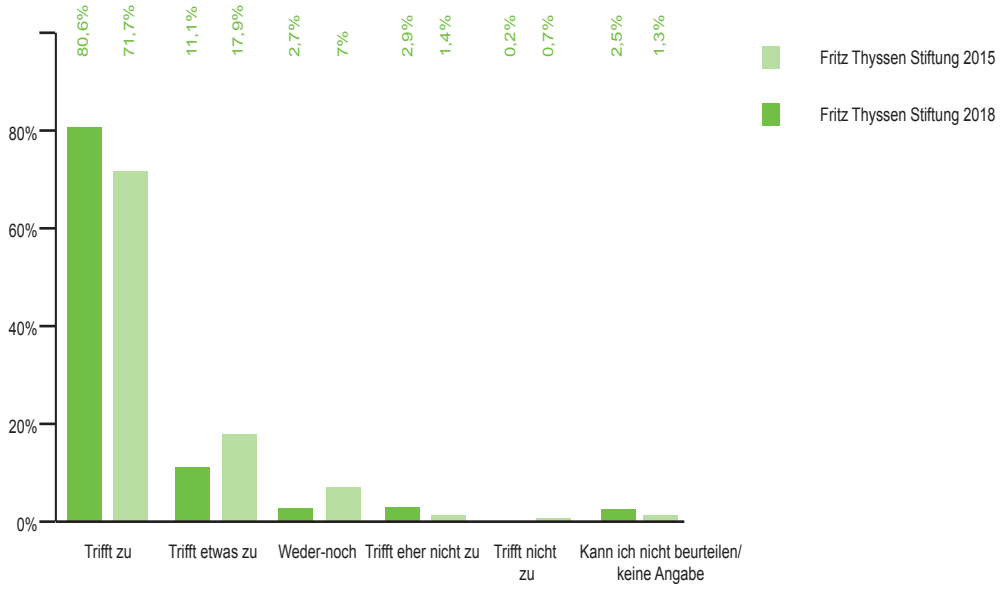


Abb. 12: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig. (Trendauswertung 2015-2018)



Wie gut informiert die Befragten über den weiteren, stiftungsinternen Ablauf nach der Einreichung ihres Antrages waren, war Gegenstand einer weiteren Frage aus dem Bereich der Administration. 32,7 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung gaben an, vollständig über den Ablauf informiert gewesen zu sein, weitere 36,6 % waren es einigermaßen. Nur teilweise informiert waren 13,8 %, eine ebenso große Anzahl (kumuliert 14 %) waren nicht oder eher nicht informiert. Im Vergleich zum Durchschnitt des Gesamtsamples bewegen sich die Prozentwerte auf ähnlichem Niveau, mit leichten überdurchschnittlichen Abweichungen am negativen Ende der Skala. Im Trendverlauf lässt sich eine leichte Verbesserung feststellen: gaben 2015 25,6 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung an, vollständig informiert gewesen zu sein, so sind es 2018 32,7 %. Der Prozentwert der teilweise Informierten reduzierte sich von 19 % auf 13,8 %, hingegen stieg der Anteil der nicht informierten Personen leicht an. Dieser generelle Eindruck scheint sich nicht nur unter den Stiftungen im Rahmen einer Erhebungswelle, sondern auch im zeitlichen Verlauf die Fritz Thyssen Stiftung zu stabilisieren. So breit wie die Prozentwerte verteilt sind, so unterschiedlich sind auch die qualitativen Angaben der Partner, die zu dieser Frage möglich waren:

„Ich war sehr positiv überrascht, dass der Bewilligungsbescheid deutlich vor dem Zeitpunkt eintraf, zu dem ich ihn erwartet hatte.“

„eine annähernd genaue Auskunft darüber, wenn mit einer Zusage / Ablehnung zu rechnen ist, wäre hilfreich. Auch um im Falle einer Ablehnung entsprechende Maßnahmen (Referentenkontakte, alternative Finanzierungsmöglichkeiten) ergreifen zu können.“

„As there was no proper feedback, even though we were explicitly encouraged to apply, the whole process was very problematic”

Abb. 13: Wussten Sie darüber Bescheid, wie die weitere stiftungsinterne Bearbeitung (z.B. Fristen, Termine) abläuft, nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten?

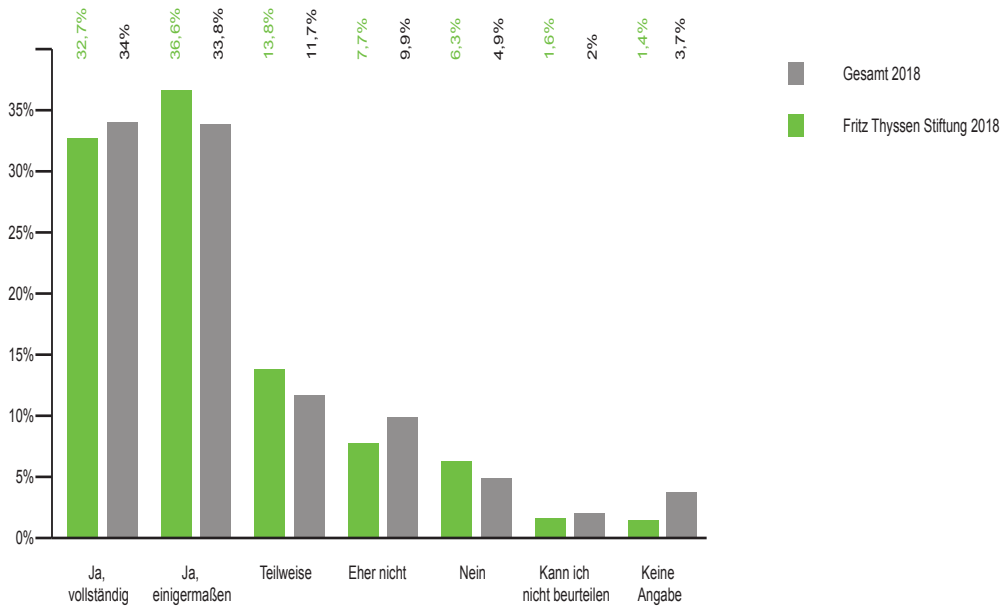
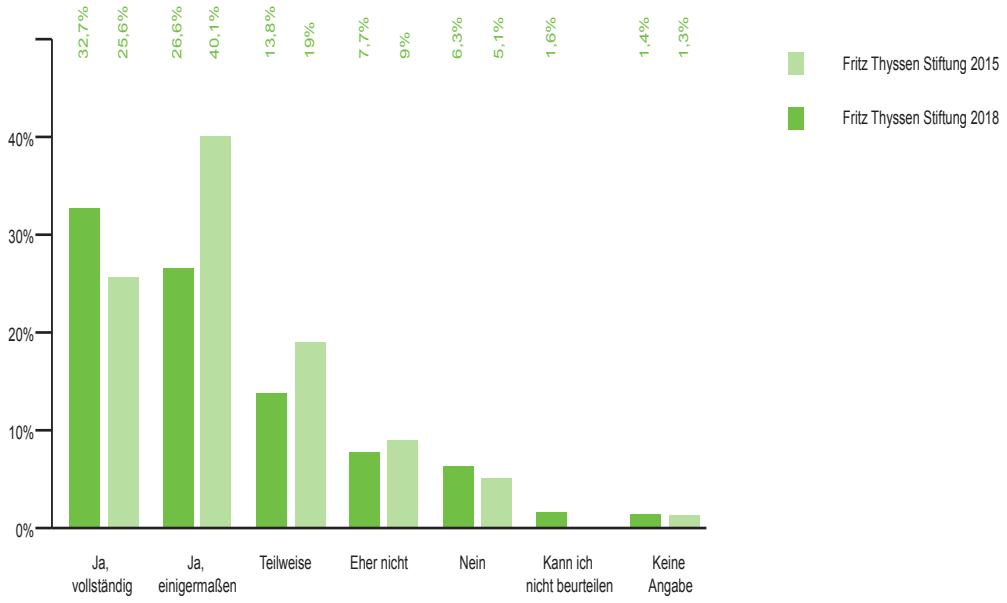


Abb. 14: Wussten Sie darüber Bescheid, wie die weitere stiftungsinterne Bearbeitung (z.B. Fristen, Termine) abläuft, nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten? (Trendauswertung 2015-2018)



In einer weiteren Frage konnten die Förderpartner bewerten, wie sie den administrativen Aufwand für die Projektphase bewerten, die von einer Förderung begleitet wird. Die Note „Sehr gut“ - gleichbedeutend mit geringem administrativem Aufwand – wurde in diesem Zusammenhang von 37,9 % der befragten Partner vergeben. Mit 41,1 % schätzen fast genauso viele Befragte den administrativen Aufwand als gut ein. Für 10,1 % ist der Aufwand lediglich befriedigend, 8,9 % enthielten sich der Angabe. Betrachtet man die Summe guten und sehr guten Rückmeldungen (79 %) in diesem Zusammenhang, fallen die Ergebnisse im Vergleich zum Gesamtsample (69 %) überdurchschnittlich aus. Bei einer Einzelbetrachtung zeigt sich zudem, dass die Partner die administrativen Aufwände bei Projekten mit der Fritz Thyssen Stiftung deutlich häufiger mit sehr gut bewerten als dies im Durchschnitt bei Projekten mit anderen Stiftungen der Fall ist (37,9 % vs. 26,5 %). Im zeitlichen Verlauf bestätigt sich das charakteristische Merkmal der Fritz Thyssen Stiftung als unbürokratischen Förderorganisation, die sehr guten Wertungen sind von 34,8 % (2015) auf 37,9 % (2018) nochmals leicht gestiegen. Auch in manchen qualitativen Angaben findet sich dieser Eindruck bestätigt:

„Großes Lob für den unbürokratischen Umgang - so wird erreicht, dass man mit den Mitteln den größtmöglichen Erfolg erzielt. Das Gegenbeispiel ist EU-Förderung, wo der bürokratische Aufwand oft nicht mehr im Verhältnis zum Nutzen steht.“

Abb. 15: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand für Ihr Projekt?

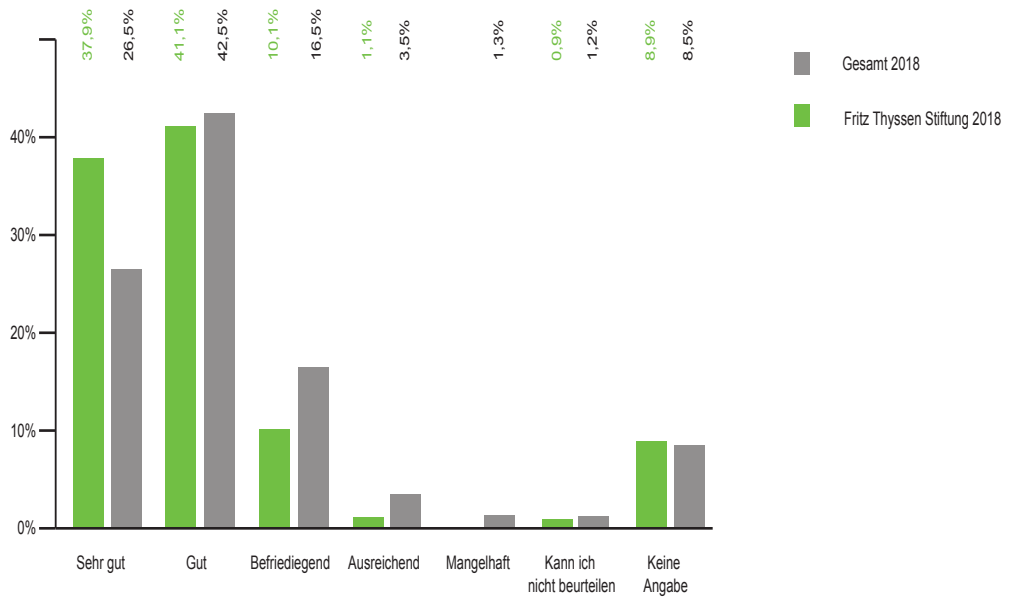
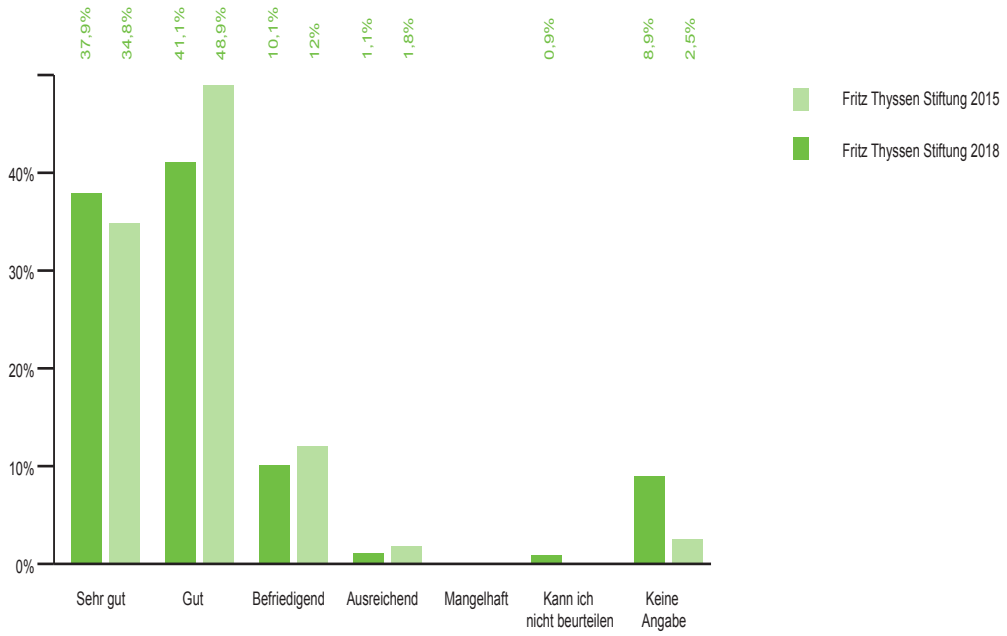


Abb. 16: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand für Ihr Projekt? (Trendauswertung 2015-2018)



Zusammenfassend lässt sich für die administrativen Bereich feststellen, dass die Fritz Thyssen Stiftung ihr Charakteristikum als unbürokratische und zudem professionell arbeitende Förderorganisation erneut bestätigt findet. Gleichwohl ergeben sich in der Informationspolitik Optimierungsmöglichkeiten zur Vereinheitlichung der Kommunikation mit Blick auf die stiftungsinternen Abläufe.

IV. Beiträge zum Capacity Building

Stiftungen können ihre Partner nicht allein dadurch unterstützen, dass sie finanzielle Ressourcen bereitstellen. Indem die Partner mit Unterstützung von Stiftungen Projekte realisieren, erwerben sie zugleich Kompetenzen, etwa beim Projektmanagement oder in der Öffentlichkeitsarbeit. Solche Veränderungen und Verbesserungen auf individueller wie auf organisationaler Ebene sind lange als Nebeneffekte betrachtet worden. Doch in den letzten Jahren haben Stiftungen zunehmend und gezielt Angebote entwickelt, um ihre Partner zusätzlich beim Aufbau von Kompetenzen zu unterstützen. Die Spanne reicht dabei von der Bereitstellung allgemeiner Informationsmaterialien über Weitergabe informellen Wissens beim direkten Kontakt hin zur Einführung in berufliche Netzwerke. In den Learning from Partners Erhebungen stellt das Capacity Building eine eigenständige Dimension dar, konkret wurden die Partner um eine Einschätzung zur Unterstützung beim Projektemanagement, zur Bereitstellung von Fachkenntnissen und Netzwerken, sowie zu Hilfestellungen oder Synergien im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gebeten. Ebenfalls war von Interesse, welche weiterführenden Formen der Unterstützung durch die Stiftung angeboten werden und welche Effekte sich bei den Förderpartnern durch die Zusammenarbeit zusätzlich ergeben haben. Alle Fragen waren nicht als Pflichtfragen programmiert.

Für die Förderphase wurden die Partner gebeten, verschiedene Formen der Unterstützung seitens der Fritz Thyssen Stiftung zu bewerten. Auf den ersten Blick fällt auf, dass sowohl bei der Fritz Thyssen Stiftung als auch im Durchschnitt des Gesamtsamples ein großer Teil aller befragten Förderpartner sich der Angabe enthielten (zwischen 11,2 % und 22,1 %) oder keine Beurteilung abgeben wollten oder konnten (zwischen 25,3 % und 50 %). Daher ist es evident, dass auch die abgegebenen Einschätzungen nicht die Prozentwerte erreichen können, wie dies bei den vorherigen Fragen zur Zufriedenheit oder Administration der Fall war. Aus der Liste der vorgegebenen Antwortoptionen bewerteten die Partner der Fritz Thyssen Stiftung den Punkt „Die Stiftung verbessert die Sichtbarkeit meines/unseres Projektes“ am besten, 20,7 % vergaben eine sehr gute, weitere 25,3 % eine gute Note. Im Durchschnitt des Gesamtsamples betrugen die Werte 15,9 % bzw. 27,5 %. An zweiter Stelle schätzen 14,4 % der Partner die Unterstützung beim Projektmanagement als sehr gut ein, weitere 21 % nahmen dies als gut wahr. Bei diesem Punkt fallen die Durchschnittswerte etwas höher aus (15,1 % bzw. 26,3 %). Lediglich einstellige Prozentpunkte für die Bewertungen „sehr gut“ konnten die Optionen „Bereitstellung von Fachkenntnissen“, „Bereitstellung von beruflichen Netzwerken“ und „Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit“ erzielen. Im Gesamtsample erhielten diese Punkte niedrige, teilweise zweistellige Prozentwerte. Gleichwohl sind diese Resultate kein Grund zur Besorgnis: Vergegenwärtigt man sich die Strategie und Ausrichtung der Fritz Thyssen Stiftung, die Struktur ihrer Antragsteller und Partner und die vergleichsweise schlanke Organisationsstruktur, so wird nachvollziehbar, dass die oben vorgeschlagenen Items zum Capacity Building nicht im Strategiefokus der Stiftung liegen und nicht zu deren Kernaufgaben zählen. Die Stiftung versteht sich als Dienstleisterin für ihre Antragsteller und Förderpartner, die in einem offenen Förderverfahren bestrebt ist, die wissenschaftsimmanent besten Vorhaben zu fördern. Ergänzend kommt hinzu, dass beispielsweise geförderte Tagungen dieser Optionen nicht bedürfen. Ein Partner schrieb hierzu:

„bei Tagungsförderung nicht relevant“

Im Trendvergleich mit den Zahlen der Erhebung des Jahres 2015 ergaben sich zu dieser Frage keine signifikanten Abweichungen.

Abb: 17: Wie bewerten Sie folgende Unterstützungsangebote der Stiftung?

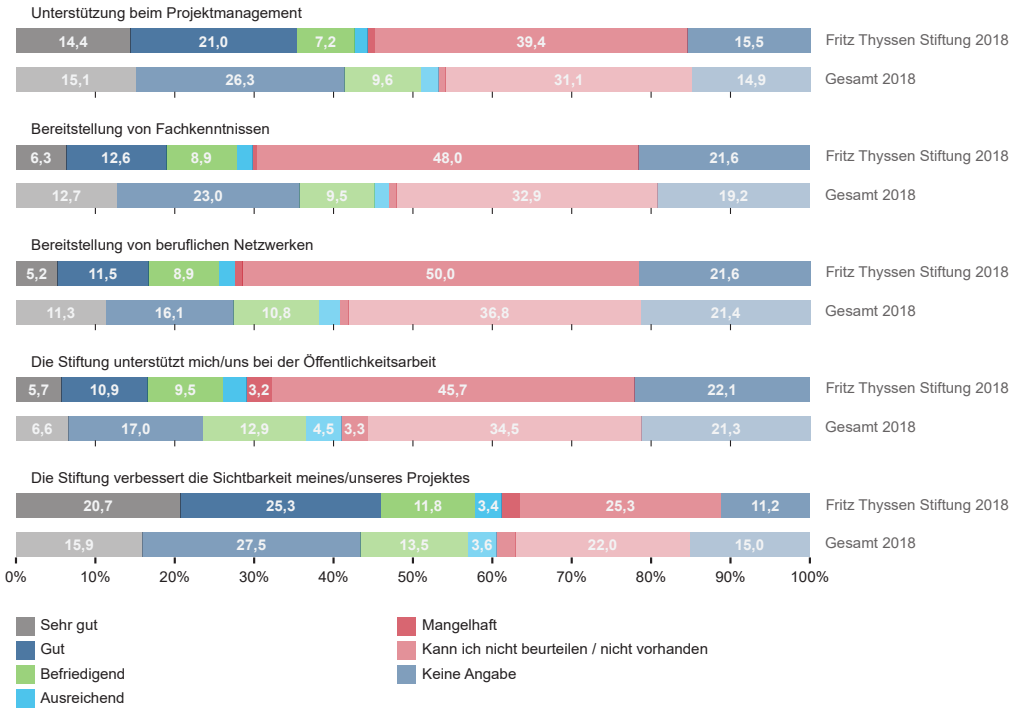
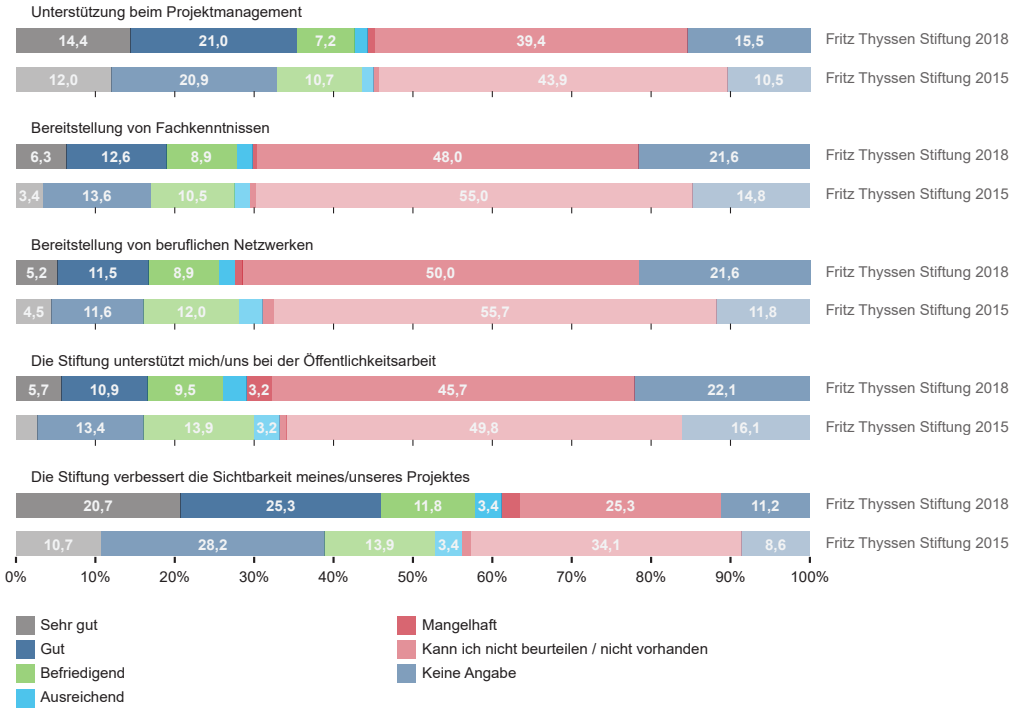


Abb: 18: Wie bewerten Sie folgende Unterstützungsangebote der Stiftung? (Trendauswertung 2015-2018)

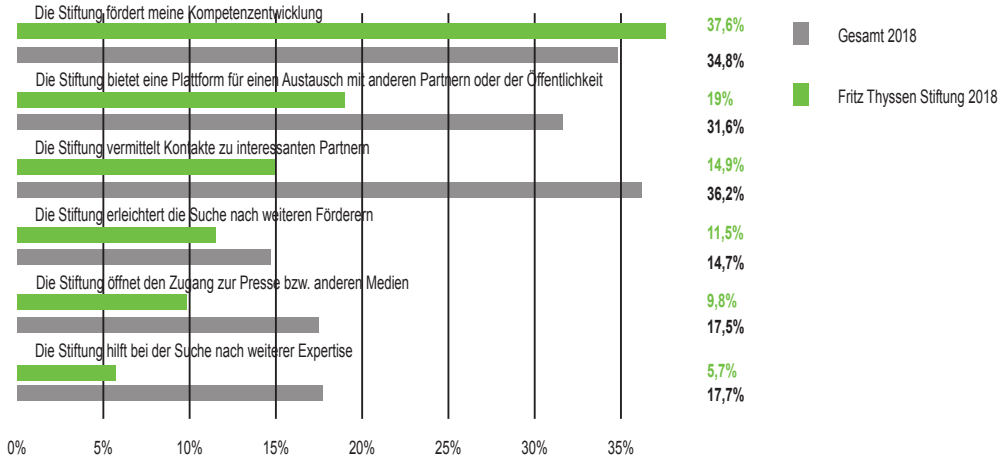


Welche weiterführenden Formen der Unterstützung seitens der Stiftung ermöglicht wurden, war Gegenstand einer weiteren Frage. Interessanterweise fand das neu in die Liste der Antwortoptionen aufgenommen Item „Die Stiftung fördert meine Kompetenzentwicklung“ die höchste Zustimmung unter den Partnern (37,6 %) und übertraf zudem den Durchschnitt des Gesamtsamples (34,8 %). Die Prozentwerte bei allen anderen Items lagen für die Fritz Thyssen Stiftung unterhalb des vergleichenden Gesamtdurchschnittes. An zweiter Stelle bestätigen 19 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung die Aussage, die Stiftung biete eine Plattform für einen Austausch mit anderen Partnern oder der Öffentlichkeit. Für 14,9 % bietet die Stiftung eine Plattform für einen Austausch mit anderen Partnern und der Öffentlichkeit. 11,5 % der geförderten Partner gaben an, dass die Stiftung die Suche nach weiteren Förderern erleichtere. Einstellige Prozentwerte erhielt die Stiftung durch ihre Partner, wenn es darum geht, den Zugang zur Presse zu eröffnen (9,8 %) oder bei der Suche nach weiterer Expertise zu helfen (5,7 %). Dass die Aufgaben des Capacity Building nicht im Arbeitsfokus der Stiftung liegen, die zahlenmäßig niedrig ausfallenden Ergebnisse somit nachvollziehbar und für die Organisationsentwicklung der Stiftung nicht allzu ausschlaggebend sind, bestätigen auch die qualitativen Ergänzungen, die zu dieser Frage möglich waren:

„Really, the whole point was the research project, what else would you want?”

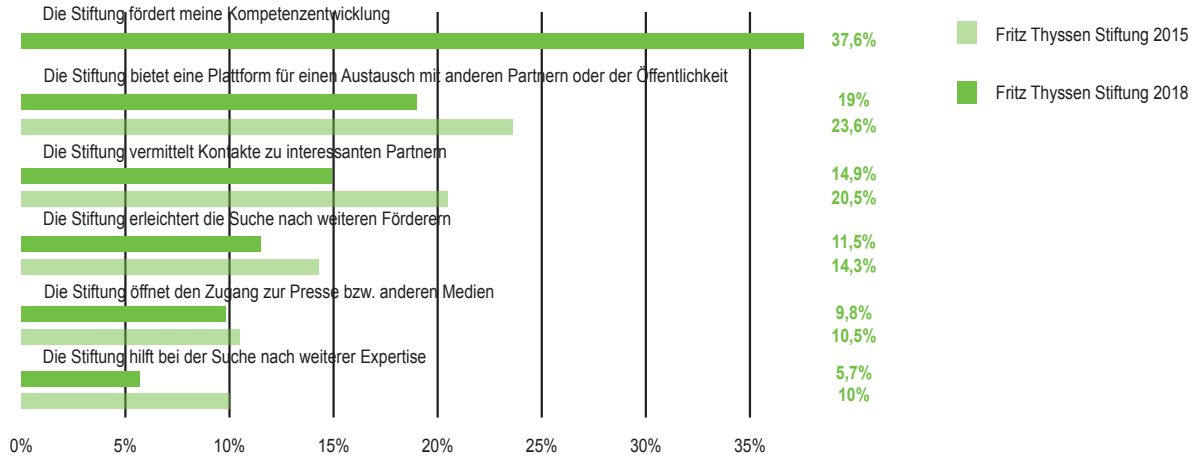
„das Projekt hat somit eine Chance zur Durchführung bekommen - alles andere ist eigentlich nebensächlich“

Abb. 19: Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die Stiftung ermöglicht?



Im Trendvergleich mit den Daten aus der Erhebung 2015 fällt zudem auf, dass alle genannten Items an Prozentpunkten eingebüßt haben, also seitens der Partner der aktuellen Erhebung noch weniger wahrgenommen werden als vor drei Jahren (vg. Abb. 20). Interessanterweise ist die Reihenfolge der Antwortoptionen identisch geblieben. Aus dem Ergebnis lässt sich die Hypothese ableiten, dass sich die Fritz Thyssen Stiftung in den vergangenen Jahren noch stärker auf ihr „Kerngeschäft“ fokussiert hat und Anliegen und Aufgaben, die nicht zur strategischen Ausrichtung zählen, weiter reduziert wurden.

Abb. 20: Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die Stiftung ermöglicht? (Trendauswertung 2015-2018)



Wenngleich die aktiven Formen der Unterstützung in der Projektphase seitens der Stiftung vergleichsweise gering ausfallen, so bleibt eine Förderung durch die Fritz Thyssen Stiftung dennoch nicht ohne Wirkung (vgl. Abb. 21). Ergänzend zu der eigentlichen Realisierung des Forschungsvorhabens konnten die Partner aus einer Liste Effekte benennen, die sich über die Förderung hinaus eingestellt haben. Dabei gaben 60,1 % der Partner an, dass sich durch die Förderung ihre Reputation verbessert habe, dies sind 13,2 % mehr als im Gesamtsample. Mit 52,9 % fiel die Rückmeldung der Partner, dass sich ihre Fähigkeit, ein Projekt durchzuführen, verbessert habe, ebenfalls überdurchschnittlich aus (Gesamt: 45,2 %). Von verbesserten Karrierechancen berichteten 40,8 %, erneut 11,1 % mehr als im Durchschnitt. 39,9 % der Partner gab an, dass ihre Institution von der Partnerschaft profitiert habe, dies sind 5,7 % weniger als im Durchschnitt des Gesamtsamples. Bei weiteren vorgeschlagenen Effekten nehmen die Prozentwerte stetig ab, und bewegen sich meist unterhalb des Vergleichsdurchschnitts. Bei 29,3 % hat sich das Kontaktnetzwerk vergrößert (Gesamt 38,9 %), für 19 % der Befragten hat sich deren Fähigkeit zur Evaluation von Projekten verbessert (23,6 % waren es im Durchschnitt). Bei immerhin 16,1 % ergab sich eine Änderung der thematischen Ausrichtung, für 15,5 % hat sich deren Kontakt zu Förderstiftungen verbessert. Im Durchschnitt lagen diese Werte bei 16,9 %. Eine Verbesserung des Kontaktes zur Öffentlichkeit steht mit 10,6 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung an letzter Stelle.

Vergleicht man dies Ergebnisse mit den Resultaten aus 2015 (vgl. Abb 22), so fällt zunächst auf, dass die Reihenfolge der am besten bewerteten Optionen gleich geblieben ist: Positive Effekte auf die Reputation verzeichneten 2015 58,6 %, drei Jahre später sind es 1,5 % mehr. Die Fähigkeit, ein Projekt durchzuführen, hatte sich 2015 bei 58,6 % der Partner verbessert (2018: 52,9 %). An dritter Stelle des Vergleichs steht weiterhin der positive Effekt für die Institution, in der der Partner arbeiten (2015: 44,8 %; 2018: 39,9 %). Waren es 2015 16,4 %, die von verbesserten Fähigkeiten zur Evaluation berichteten, so stieg der Wert 2018 auf 19 % leicht an. Auch bei den anderen Items lassen sich leichte Anstiege der Prozentpunkte erkennen. Grundsätzlich bleibt für die Dimension des Capacity Buildings zu sagen, dass aktive Formen der Unterstützung zwar nicht zu den zentralen Aufgaben und wesentlichen Kompetenzen der Stiftung zählen.

Hingegen sind wissenschaftsimmanente Effekte wie eine Steigerung der Reputation, ein verbessertes Projektmanagement und letztlich auch ein verbessertes Standing der Wissenschaftler innerhalb der scientific community und ihrer Institution zu verzeichnen. Für eine wissenschaftsfördernde Stiftung wie die Fritz Thyssen Stiftung sind diese Punkte ausschlaggebend, sie werden durch die Rückmeldungen der Partner eindrucksvoll bestätigt.

Abb: 21: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit über die Förderung hinaus ergeben?

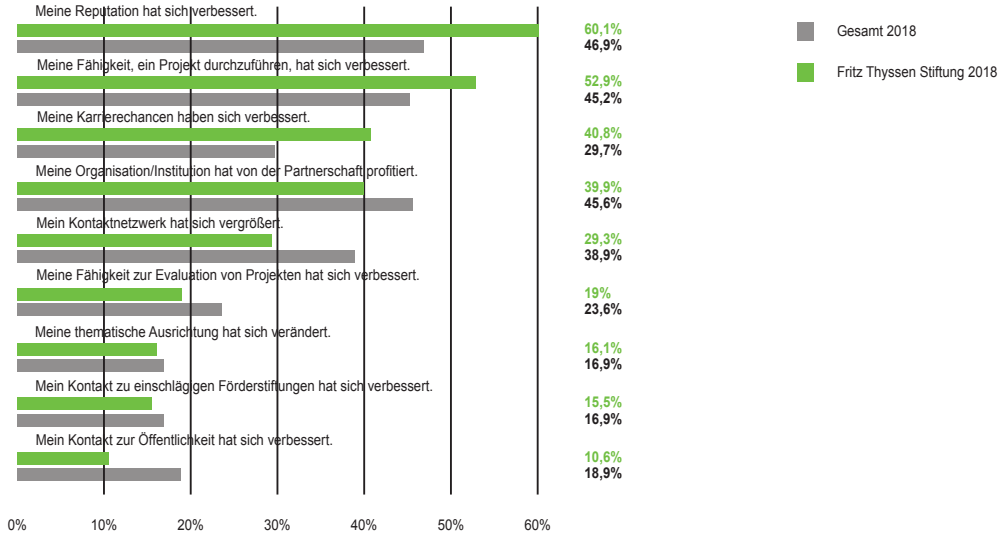
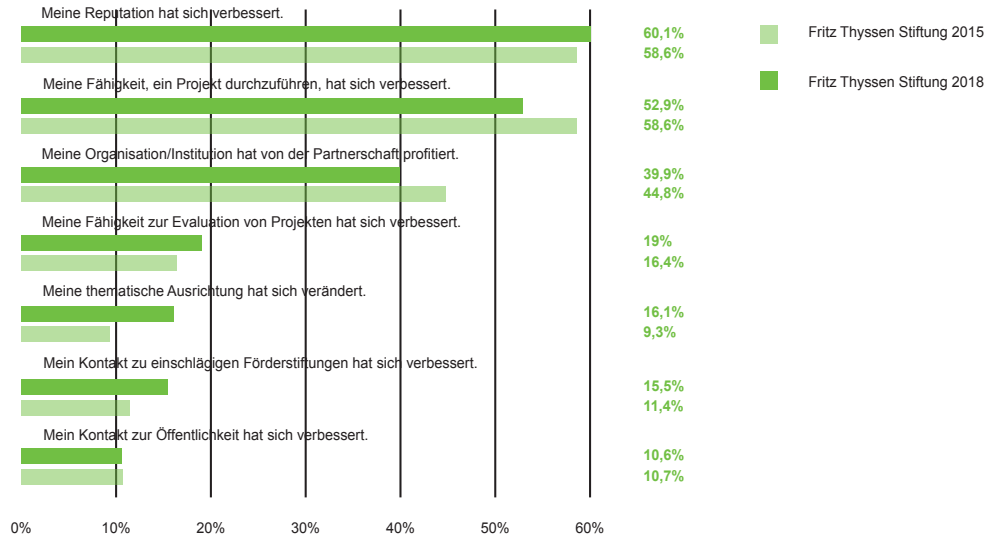


Abb: 22: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit über die Förderung hinaus ergeben? (Trendauswertung 2015-2018)



V. Zur Wahrnehmung der 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 eingangs 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 (53,7 %), oder der Hinweis dem beruflichen Umfeld entstammte (46,3 %). Über das Internet sind 29,8 % der Partner auf die Stiftung aufmerksam geworden, ein weiteres, knappes Viertel (23,7 %) aus einer früheren Förderung. Ausschreibungen, die direkte Ansprache oder der Weg über das Stiftungsverzeichnis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen liegen je unter 2 %. 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 leicht überdurchschnittliches Ergebnis verzeichnen. Im Trendergebnis haben sich sowohl die Reihenfolge als auch die Prozentwerte nahezu kaum verändert.

Abb. 23: Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der Stiftung aufmerksam geworden?

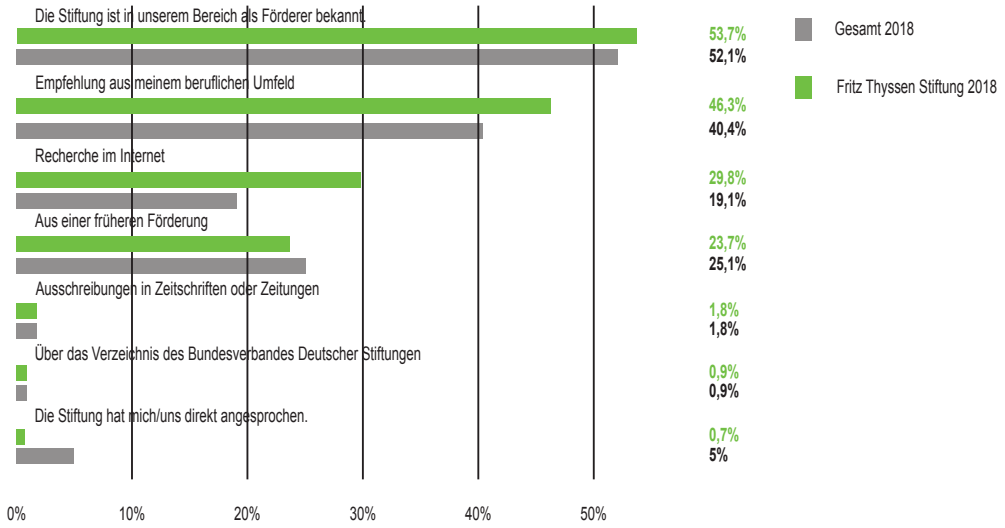
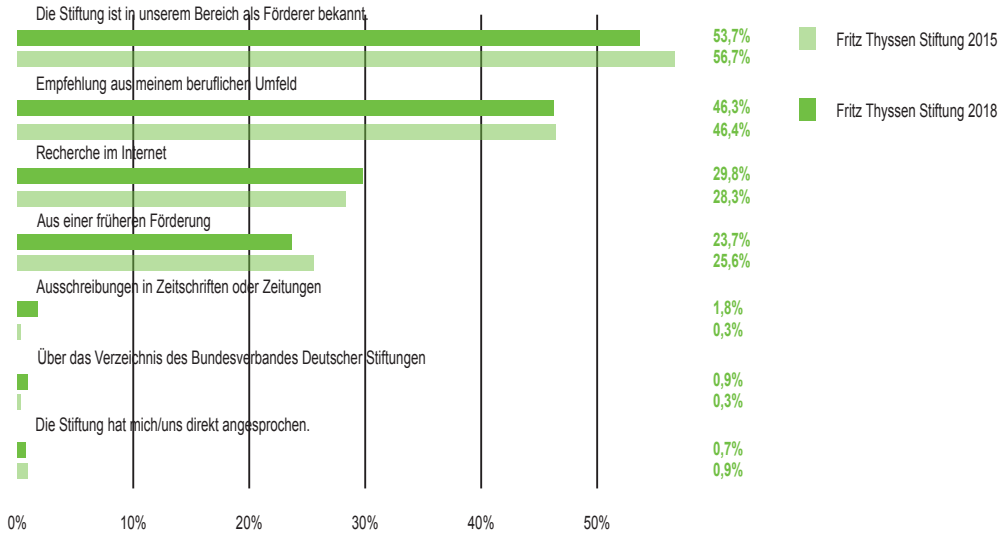
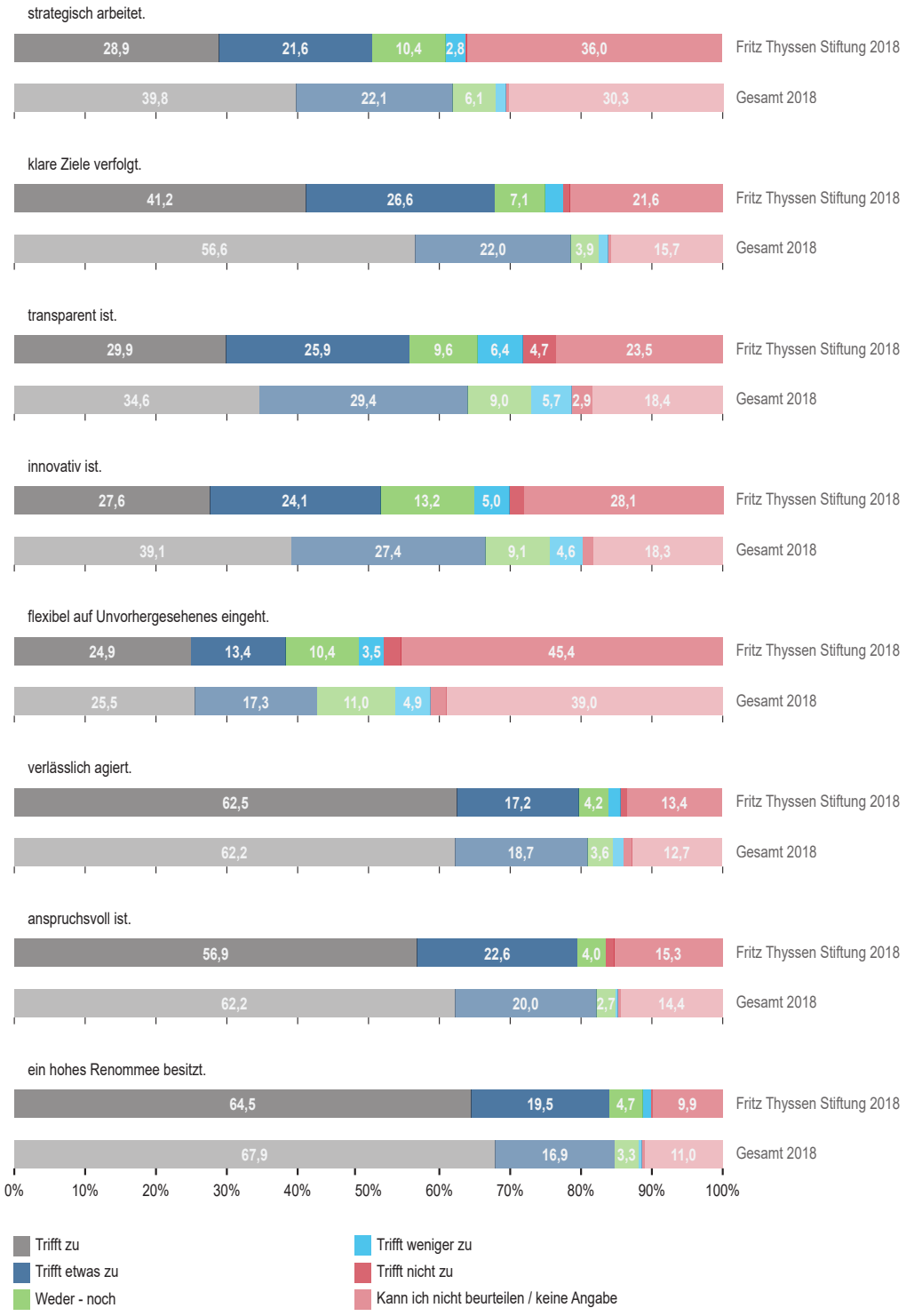


Abb. 24: Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der Stiftung aufmerksam geworden? (Trendauswertung 2015-2018)



Die Frage nach dem Ruf der Stiftung wurde in allen Learning from Partners Umfragen erhoben, die erzielten Ergebnisse waren für die teilnehmenden Stiftungen stets von großem Interesse. Nach drei Erhebungswellen lässt sich das Bild von Stiftungen in der Wahrnehmung ihrer Partner mit drei Adjektiven beschreiben: renommiert, verlässlich, anspruchsvoll. Dieses gefestigte Bild bestätigte sich auch in der aktuellen Erhebung 2018, sowohl für die Fritz Thyssen Stiftung wie generell für alle acht beteiligten Organisationen. Die Zustimmungswerte zum Charakteristikum Renommee fielen und fallen dabei stets am deutlichsten aus: Für zusammengenommen 84 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung ist es zutreffend bzw. eher zutreffend, dass die Stiftung ein hohes Renommee besitzt. Der Durchschnitt des Gesamtsamples für diese Summe lag mit 84,8 % nur wenig höher. An zweiter Stelle bestätigen die Partner der Fritz Thyssen Stiftung deren Ruf als verlässliche Organisation, dieses Merkmal ist für 62,5 % zutreffend, für weitere 17,2 % eher zutreffend. Im Durchschnitt des Gesamtsamples gab es erneut kaum nennenswerte Abweichungen. An dritter Stelle der eindeutigen Zustimmung (56,9 %) bestätigen die Partner der Fritz Thyssen Stiftung den Eindruck, dass es sich um eine anspruchsvolle Organisation handelt, im Gesamtsample liegt dieser Wert bei 62,2 %. Dass die Stiftung klare Ziele verfolgt, bestätigten 41,2 % sowie weitere 26,6 % in Teilen, der Vergleichsdurchschnitt liegt hier bei 56,6 % bzw. 22 %. Betrachtet man die weiteren zur Auswahl stehenden Antwortoptionen, so fällt auf, dass mit abnehmender Zustimmung der Anteil der Partner, die keine Wertung vornehmen wollen oder können, steigt. Mit Blick auf die Transparenz der Stiftung beträgt die eindeutige Zustimmung der Partner der Fritz Thyssen Stiftung 29,9 %, die teilweise Zustimmung 25,9 %. Doch mit 23,5 % fällt der Anteil der befragten, die keine Angaben machen wollten oder konnten, ebenfalls recht hoch aus. Eine strategische Arbeitsweise attestieren der Stiftung kumuliert 50,6 % ihrer Partner, als innovativ wird sie von 51,7 % wahrgenommen. Ein flexibles Eingehen auf Unvorhergesehenes wird von 38,4 % bestätigt, hier ist der Anteil der Enthaltungen mit 45,4 % allerdings auch am höchsten. Im Vergleich zu den Durchschnittsergebnissen aus dem Gesamtsample fallen dort die Zustimmungswerte für die Items Transparenz, strategische Arbeitsweise, Innovativität und Flexibilität stets etwas höher aus.

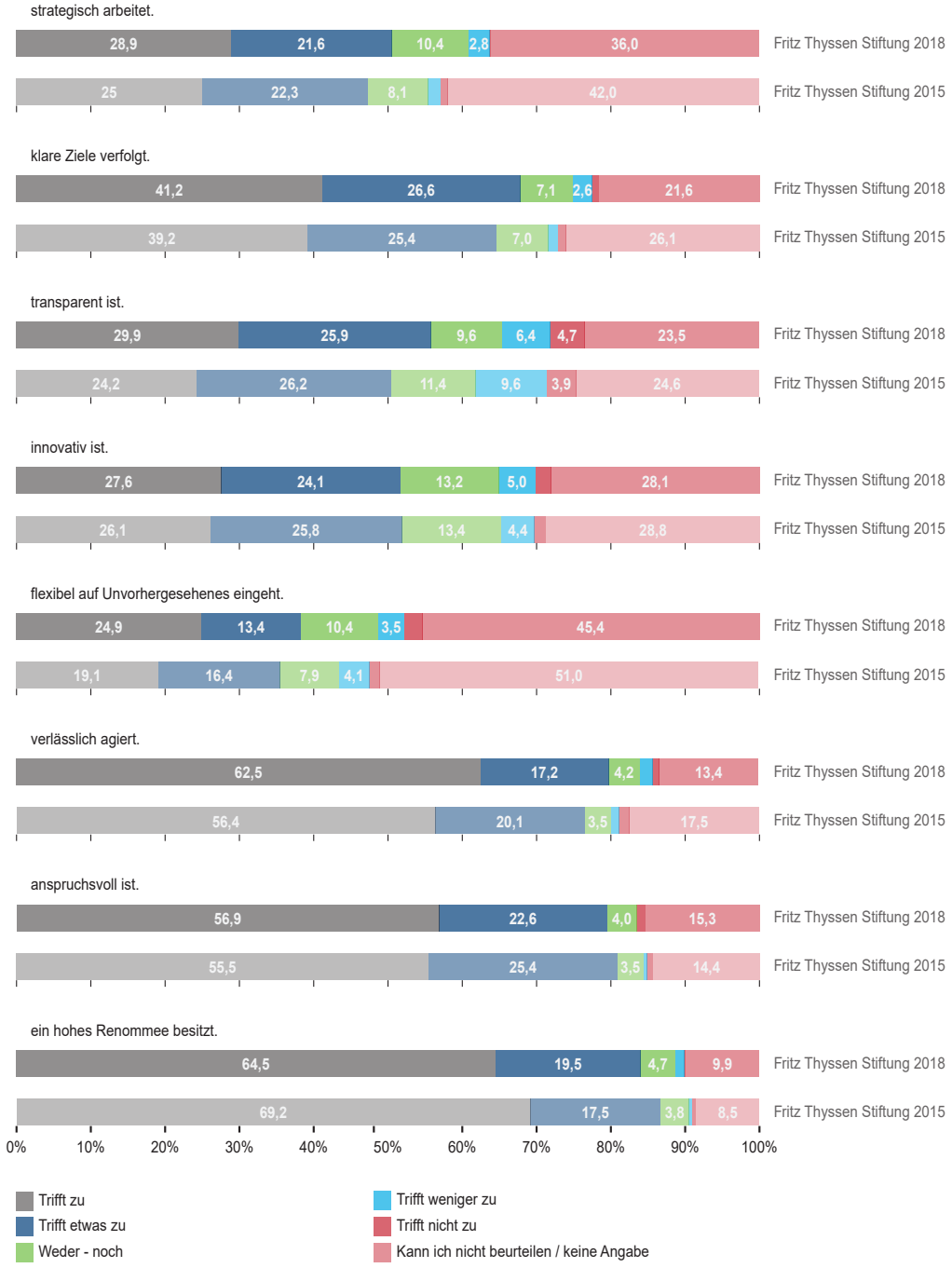
Abb. 25: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die…



Im Trendvergleich mit der Ergebnisse der Umfrage 2015 lässt sich eine leicht schwankende Einschätzung des Stiftungsrenommees feststellen, da vor drei Jahren noch 69,2 % der Partner diesem Punkt zustimmten, weitere 17,5 % teilweise.

Im Trendverlauf konnte das Charakteristikum der Verlässlichkeit eine Steigerung erzielen, waren es 2015 noch 56,4 % an eindeutiger Zustimmung, stieg der Wert 2018 auf 62,5 %. Auf nahezu ähnlich hohem Niveau blieb die eindeutige Zustimmung zum Punkt Anspruch: 2015: 55,5 %, 2018: 56,9 %. Vergleicht man die Trendergebnisse mit Blick auf Veränderungen, so wird die Fritz Thyssen Stiftung von ihren Partner stärker als innovativ und strategisch arbeitend wahrgenommen. Die leichten Prozentzuwächse bei der eindeutigen Zustimmung und für manche Items auch bei der teilweisen Zustimmung lassen diesen Schluss zu.

Abb. 26: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die…(Trendauswertung 2015-2018)



Die hohe Reputation der Fritz Thyssen Stiftung wirkt sich auch auf die Ergebnisse der Anschlussfrage aus, ob eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis im Tätigkeitsfeld der Partner gilt. Mit 76,3 % an Zustimmung fällt dieser Wert um über 10 % höher aus als im Durchschnitt des Gesamtsamples. Mit 9,3 % verneinen diesen Punkt nicht weniger als im Durchschnitt (12,1 %), auch die Anzahl der Partner, die keine Angabe machte, fällt mit 14,4 % im Vergleich zu 22,7 % geringer aus. Dennoch nimmt im Trendvergleich betrachtet diese Wahrnehmung der Partner ab, denn 2015 waren es noch 81,8 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung, die eine Förderung ein Qualitätsausweis betrachteten. Mit 84,6 % fiel dieser Wert in der Pilotstudie 2012 sogar nochmals höher aus.

Abb. 27: Gilt eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis innerhalb Ihres Tätigkeitsfeldes / Ihrer Fachcommunity?

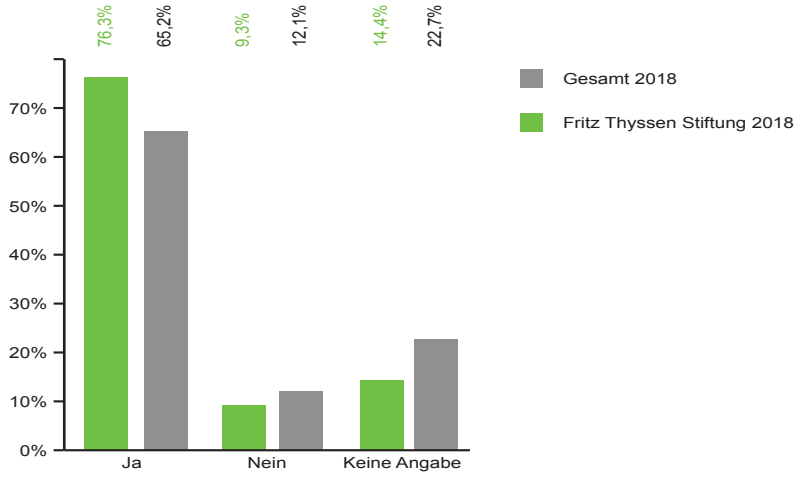
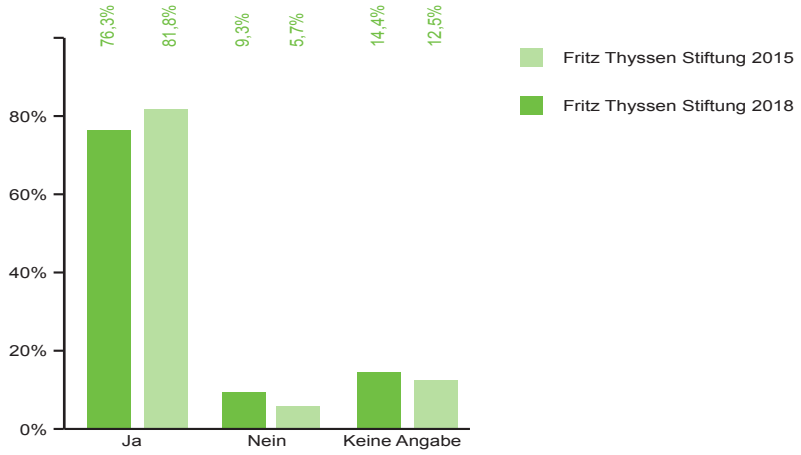


Abb. 28: Gilt eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis innerhalb Ihres Tätigkeitsfeldes / Ihrer Fachcommunity? (Trendauswertung 2015-2018)



In die umgekehrte Richtung entwickelt hat sich die Wahrnehmung und Einschätzung der Partner der Fritz Thyssen Stiftung zu der Frage, ob die Stiftungsarbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt. Zwar sind es mit 52,8 % Zustimmung immer noch knapp 7 % weniger als im Durchschnitt des Gesamtsamples, die diese Frage bejahten, gleichwohl lässt im Trendvergleich eine Steigerung der Zustimmung um 15,2 % erkennen. Zwar fällt der Anteil der Verneinungen 2018 im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt etwas höher aus, er hat sich auch im Vergleich zu 2015 annähernd verdoppelt (von 4,7 % auf 8,4 %), gleichwohl ist der Zuwachs an Zustimmung auch Ausdruck einer pointierteren Wahrnehmung der Partner der Stiftung, denn der Anteil der Befragten, die keine Angabe machen wollten oder konnten, sank im zeitlichen Verlauf von 57,7 % auf 38,8 %. In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, sahen die Partner die gesellschaftlichen Wirkung der Stiftungsförderung sehr konkret:

„Through funding priorities and initiatives for academia that can subsequently have a positive impact on society: through acknowledgement of the past, development of moral values, support for less vulnerable social groups.”

Abb. 29: Sehen Sie die Stiftung als einen Akteur, dessen Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt?

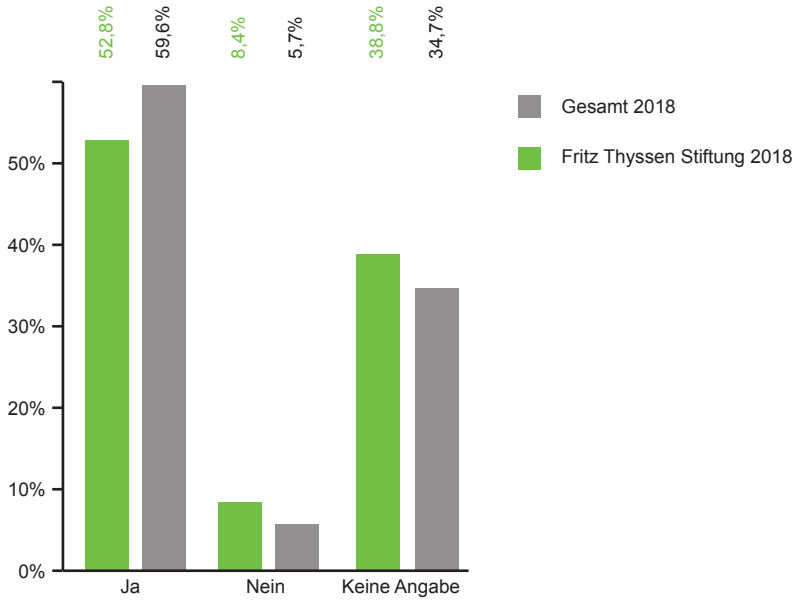
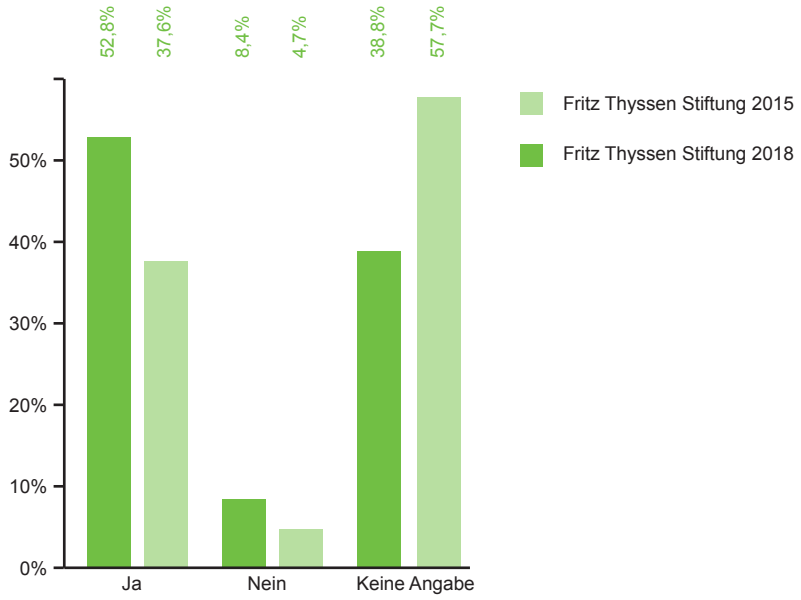


Abb. 30: Sehen Sie die Stiftung als einen Akteur, dessen Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt? (Trendauswertung 2015-2018)

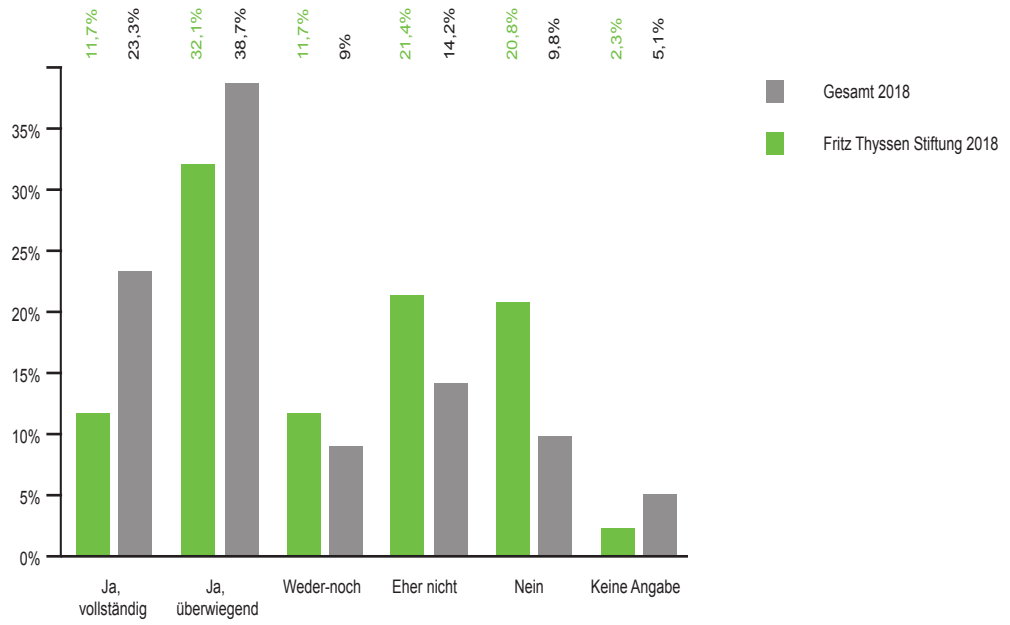


VI. Zur Transparenz der Stiftung

Fragen der Transparenz bestimmen die Diskussionen im Stiftungssektor seit geraumer Zeit. Da es keine einheitlichen Veröffentlichungspflichten gibt, bietet eine unklare Situation oftmals Anlass zu Spekulation und auch Kritik. Im Rahmen der Learning from Partners Studie wurden Fragen zur Transparenz an unterschiedlichen Stellen des Erhebungsinstruments gestellt.

Befragt man die alle Antragsteller und Partner, ob sie über die Verlauf des Begutachtungsprozesses informiert waren, so gab mit 32,1 % die größte Gruppe an, überwiegend informiert gewesen zu sein, weiter 11,7 % waren vollständig informiert. Doch am negativen Ende der Skala sind es kumuliert ähnlich viele Partner, die eher nicht (21,4 %) oder nicht (20,8 %) darüber informiert waren, wie die Entscheidung über ihren Antrag zustande kam. Die Vergleichswerte im Gesamtsample fallen bei dieser Frage besser aus, dort sind es 23,3 %, die vollständig informiert waren, weitere 38,7 % waren überwiegend informiert. Der Anteil der nicht informierten Partner fiel im Durchschnitt mit 9,8 % nur halb so groß aus.

Abb. 31: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam?

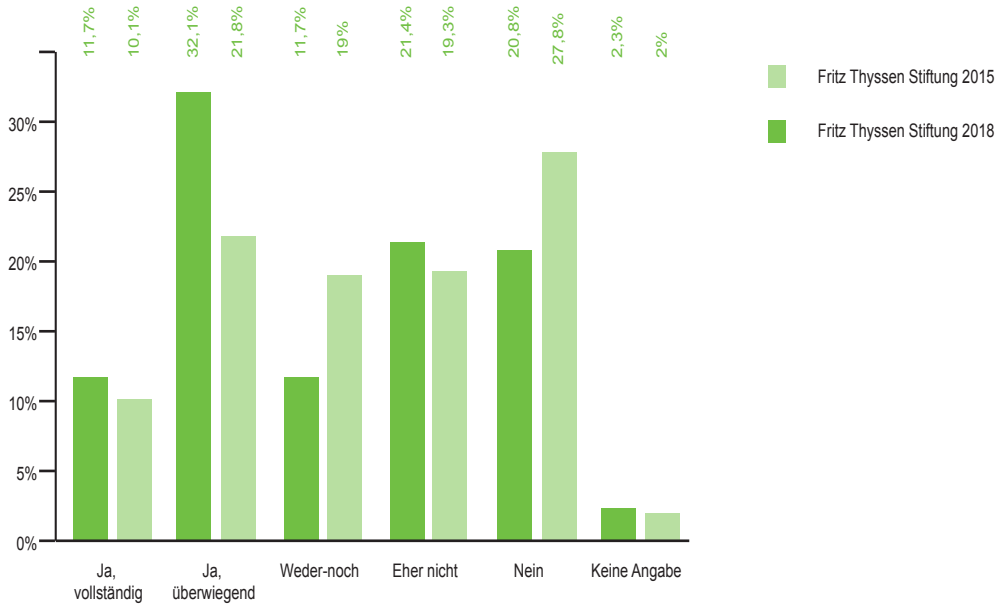


Im Trendvergleich hat sich der Anteil der eher nicht und nicht formierten Partner zwar von kumuliert 47,1 % auf 42,2 % reduziert, die Prozentwerte der eher informierten Partner sind von 21,8 % auf 32,1 % angestiegen, gleichwohl lassen sich für diesen Punkt Optimierungsmöglichkeiten für die Stiftung formulieren. In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, bemängeln die Partner stets den Umstand, dass Inhalte der Gutachten nicht mitgeteilt werden. Dies ist insbesondere unter nicht bewilligten Antragstellern ein Kritikpunkt, aber auch geförderte Partner äußern sich ähnlich:

„Anders als andere Förderorganisationen hat mir die Fritz Thyssen Stiftung noch nie Auszüge aus Gutachten zugänglich gemacht. Da die Bescheide aber ausnahmslos positiv waren, besteht für mich kein Grund zur Klage. Trotzdem sind ausformulierte Urteile aus der Fachkollegenschaft immer hilf- und lehrreich.“

„Im Vergleich zu anderen Förderinstitutionen erhält man von der Thyssen-Stiftung sehr sehr wenig Informationen darüber, weshalb ein Antrag nicht gefördert wurde. [...] Ablehnungen sind ja an der Tagesordnung, aber als Antragstellerin möchte man doch auch etwas aus solchen Ablehnungen lernen. Eine kurze inhaltliche Rückmeldung (bei Anträgen auf Konferenzförderung) oder anonymisierte Gutachten (bei Projektanträgen) sind anderswo üblich und würden es den Antragstellenden ermöglichen, aus Fehlern zu lernen. Man erfährt so noch nicht einmal, ob ein Antrag wegen fehlender thematischer Passfähigkeit zu den Programmlinien der Stiftung oder aus Gründen mangelnder Qualität/Innovativität abgelehnt wurde. Das ist unbefriedigend und ärgerlich“

Abb. 32: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam? (Trendauswertung 2015-2018)



Die geförderten Partner wurden gebeten, die Transparenz der Entscheidungsprozesse zu bewerten. 18,4 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung vergaben einen sehr gute, weitere 27,9 % eine gute Note. Im Vergleich zum Gesamtsample fallen beide Werte unterdurchschnittlich aus. Die Prozentwerte an ausreichenden und mangelhaften Wertungen bewegen auf dem Niveau des Durchschnitts. Im Trendvergleich konnte die Fritz Thyssen Stiftung leicht positivere Werte zu dieser Frage unter ihren Partnern erzielen, die sehr guten Wertungen stiegen um etwa 5 % (von 13,9 % auf 18,4 %), die Bewertung mit ausreichend wurde um etwa 5 % seltener vergeben. Die Optimierungsmöglichkeiten bei der Informationspolitik bleiben bestehen.

Abb. 33: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse?

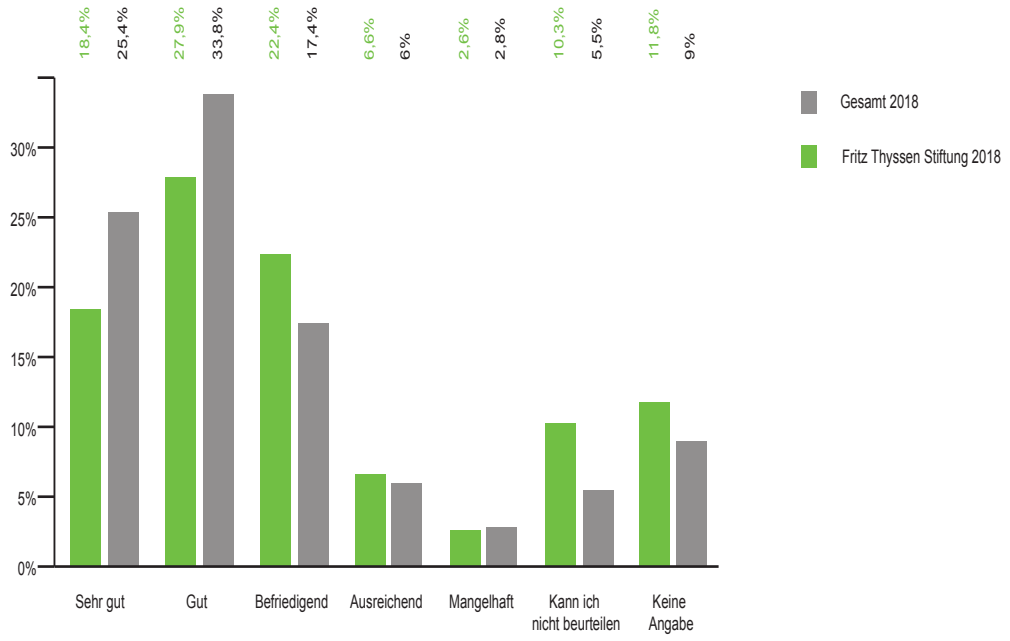
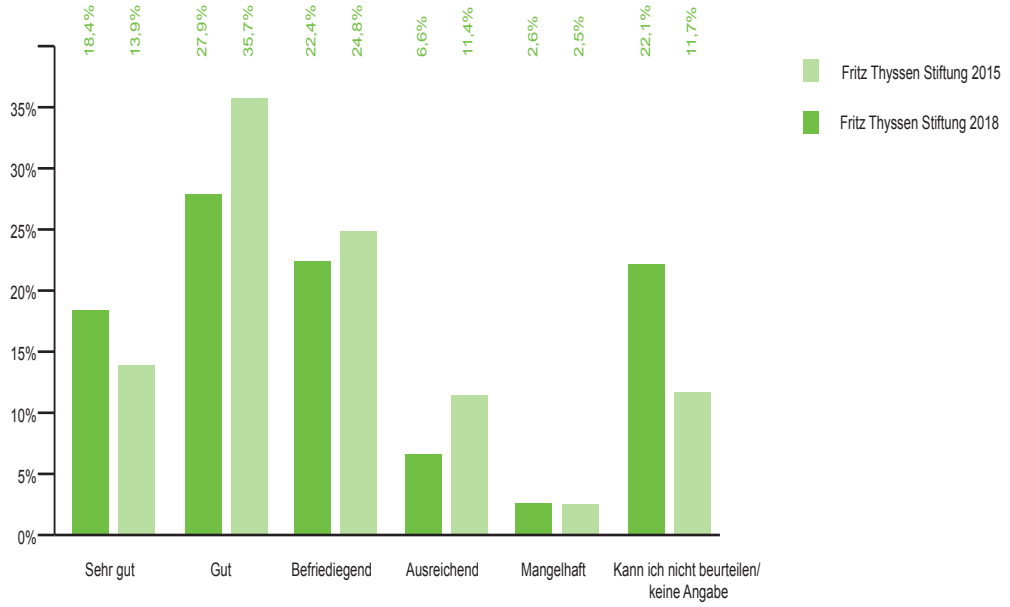


Abb. 33: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse? (Trendauswertung 2015-2018)



VII. Feedback der abgelehnten Antragsteller

Um ein umfassendes und systematisches Feedback für die Stiftung zu erheben, wurden im Rahmen der Learning from Partners Umfragen stets bewilligte als auch abgelehnte Antragsteller zu ihren Erfahrungen im Kontakt und dem Austausch mit der Stiftung befragt. Die Perspektive nicht bewilligter Antragsteller dient ebenfalls als wertvolle Quelle der Erkenntnis und ist für das Bestreben einer kontinuierlichen Verbesserung unerlässlich. Ergänzend zum allgemeinen Diktum, dass sich schlechte Nachrichten schneller verbreiten als gute, sollte auch ein Fokus der Stiftung auf dem Thema der nicht erfolgreichen Anträge liegen. Grundlage für die folgenden Auswertungen bildet ein Subsample aus nicht bewilligten Antragstellern, aus diesem Grund divergieren die Prozentwerte. Als erstes Item in diesem Kapitel stehen die Zufriedenheitswerte dieser Gruppe mit dem Kontakt zur Stiftung in der Phase der Antragstellung. Unter den nicht bewilligten Antragstellern waren kumuliert 57,9 % sehr bzw. eher zufrieden mit dem Kontakt zur Fritz Thyssen Stiftung. Der Vergleichswert im Durchschnitt beträgt 65,9 % und liegt somit höher. 20 % gaben an, eher nicht oder unzufrieden gewesen zu sein, dieses Summe fällt im Vergleich um etwa 3 % höher aus. Gleichwohl verbesserte sich die Fritz Thyssen Stiftung im Zeitverlauf betrachtet und konnte die Zufriedenheitswerte ihrer nicht bewilligten Antragsteller leicht steigern (der Anteil der sehr zufriedenen Partner stieg von 9,8 % auf 13,7 %) bzw. den Unzufriedenheitsgrad reduzieren (der Anteil der eher nicht und unzufriedenen reduzierte sich von 25,4 % auf 20 %. Ein kleiner Erfolg mit weiteren Verbesserungsmöglichkeiten auf dem eingeschlagenen Weg.

Abb: 35 Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?

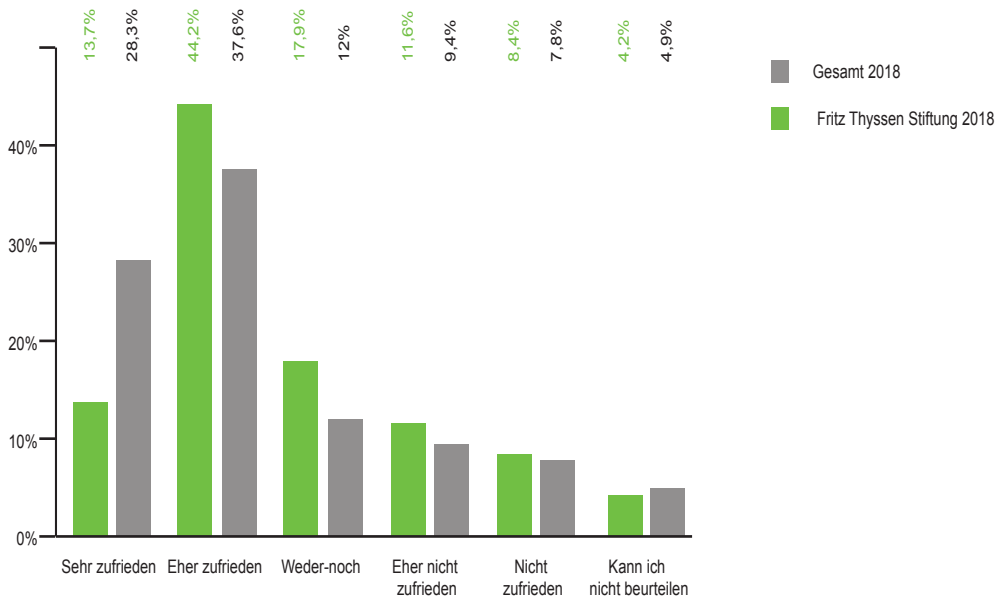
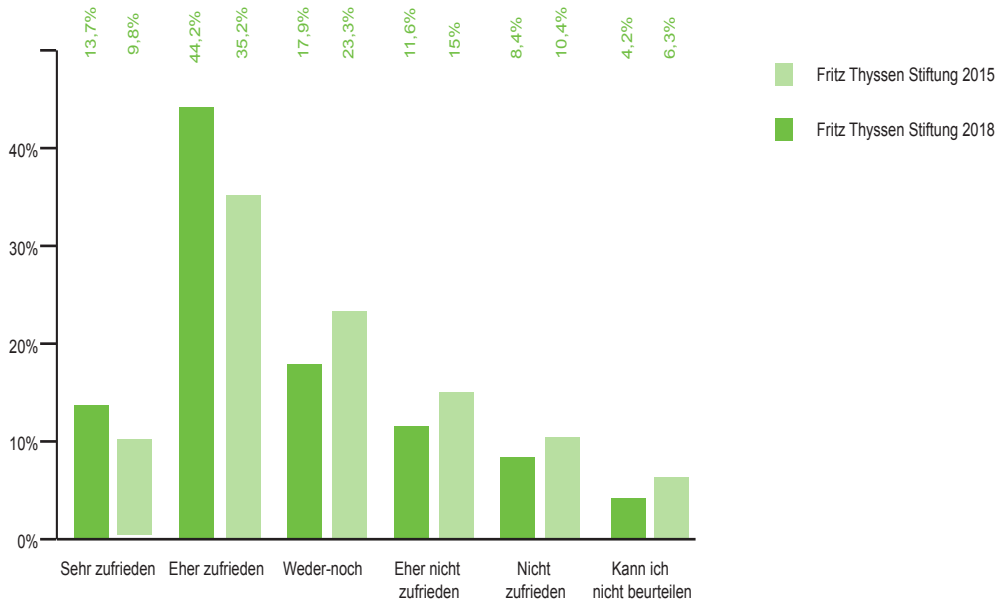


Abb. 36: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung? (Trendauswertung 2015-2018)



Denn an der Mitteilung der Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, kann diese leichte Verbesserung der Zufriedenheitswerte nicht gelegen haben. Die Zustimmung zu dieser Frage unter den nicht bewilligten Antragstellern liegt mit 18,9 % nicht nur rund 30 % unter dem Durchschnitt des Gesamtsamples, sie hat auch im Vergleich zu 2015 kaum verändert (damals betrug der Wert 17,1 %). Im Antwortverhalten sind die Partner zwischen 2015 und 2018 nahezu identisch geblieben, was den Rückschluss erlaubt, dass sich stiftungsintern keine Veränderungen diesbezüglich ergeben haben.

Abb. 37: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt?

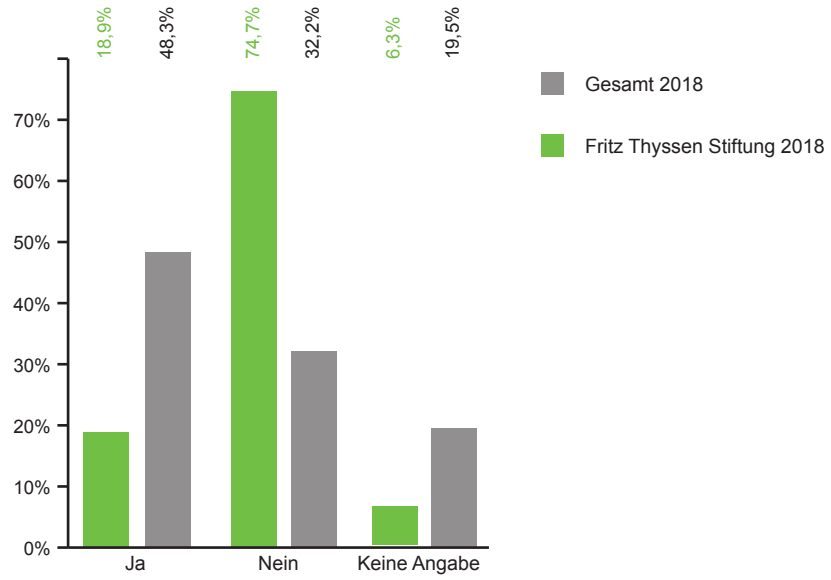
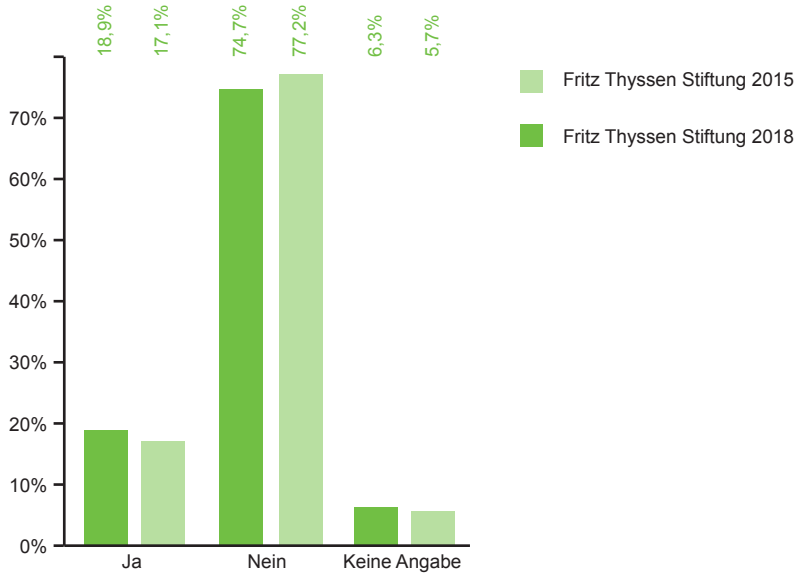


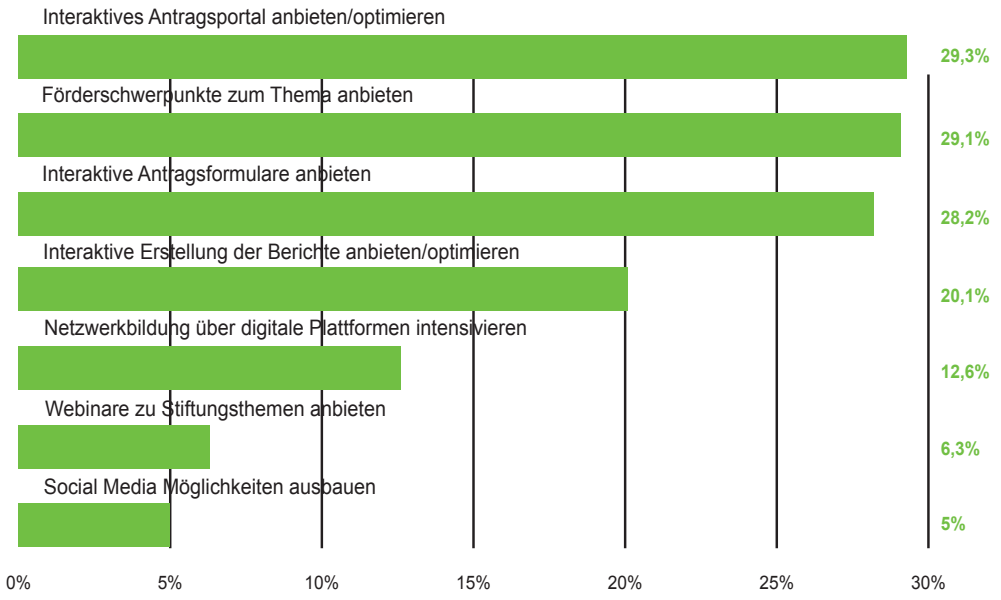
Abb. 38: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt? (Trendauswertung 2015-2018)



VIII. Themenschwerpunkt Digitalisierung

Die Digitalisierung wird ein immer wichtigerer Faktor für Stiftungen, was auch das Schwerpunktthema „Update! – Stiftungen und Digitalisierung“ des deutschen Stiftungstags 2018 zeigte. Eine Professionalisierung in diesem Gebiet ist vor allem durch das Feedback der Stiftungspartner erreichbar. Um die Möglichkeiten in den einzelnen Bereichen aufzufassen, wurden die Partner gefragt, welche Schwerpunkte zum Thema Digitalisierung die Stiftungen in den kommenden Jahren setzen könnten. Die Auswertung zeigt, dass 29,3 % der Partner der Fritz Thyssen Stiftung ein Antragsportal bevorzugen. 29,1 % wünschen sich Förderangebote zum Thema Digitalisierung, insbesondere unter der Schwerpunktsetzung „Digital humanities“. Dies wurde in den qualitativen Ergänzungen zu dieser Frage deutlich. Interaktive Antragsformulare wären für 20,2 % der befragten Partner interessant. Einen weiteren Schwerpunkt könnte die Stiftung setzen, indem sie eine interaktive Berichtserstellung ermöglicht. Nur einstellige Prozentwerte erhielten die Vorschläge, Webinare anzubieten (6,3 %) oder die Social Media Aktivitäten auszubauen (5 %). Aus den Ergebnissen lässt sich ablesen, dass der Fokus der Partner stärker auf den formalen und prozessualen Vorteilen, die mit der Digitalisierung einhergehen können, liegt.

Abb. 39: Das Thema Digitalisierung beschäftigt auch Stiftungen. Welchen Schwerpunkt könnte die Stiftung in den kommenden Jahren hierzu setzen?



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

In ihrer dritten Erhebungswelle hat sich die Learning from Partners Studie erneut als produktiver Evaluationsansatz erweisen können, der es ermöglicht, ein systematisches und zielgerichtetes Feedback unter den Partnern der teilnehmenden Stiftungen zu erheben. Die Fritz Thyssen Stiftung nahm zum dritten Mal an der Studie teil, sodass die aus den Paneldaten durchgeführte Trendanalyse eine längerfristige Entwicklung der Stiftung beschreiben kann.

Für die Fritz Thyssen Stiftung bedeuten die erzielten Ergebnisse eine große Bestätigung ihrer Arbeit und verdeutlichen ihren besonderen Stellenwert im Feld der Wissenschaftsförderung. Für viele Partner gilt sie als

„Einer der wichtigsten Förderer geisteswissenschaftlicher Forschung mit flexiblen Förderungsmöglichkeiten.“

Neben dem Ansatz der themenoffenen Förderung in den Geistes- und Sozialwissenschaften sowie in der Medizin und dem breiten Angebot an Förderformaten wird die Stiftung insbesondere aufgrund ihrer unbürokratischen Arbeitsweise sehr geschätzt. Ergänzend kommt hinzu, dass die Zufriedenheitswerte der Befragten, insbesondere im Kontakt mit den Stiftungsmitarbeitern seit 2012 kontinuierlich gestiegen sind. Dieses Ergebnis ist umso bemerkenswerter, da die Organisationsstruktur mit 19 Mitarbeitern sehr schlank gehalten ist und diese eine kontinuierlich hohe Anzahl an Anträgen zu bearbeiten haben. In den formal-administrativen Abläufen ist die Stiftung sehr gut und professionell agierend aufgestellt, die für eine wissenschaftsfördernde Stiftung wesentlichen Effekte der Forschungsfreiheit und des Reputationsgewinns werden durch die Partner bestätigt.

Gleichwohl lassen sich aus den vergleichenden Auswertungen noch Optimierungsmöglichkeiten für die organisationale Weiterentwicklung der Stiftung ableiten. Die folgenden Aussagen und Empfehlungen sind 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. Sie setzen dort an, wo sich in den vergleichenden Auswertungen Abweichungen ergeben haben. Darüber hinaus werden Impulse aus den umfangreichen qualitativen Angaben der befragten Partner vorgestellt, die auch in Zusammenhang mit dem Schwerpunkt Digitalisierung stehen.

Ein beständiges Thema über alle Erhebungswellen bei Learning from Partners hinweg ist die Frage der Transparenz der Stiftung, konkret ausgedrückt in den Punkten, die die Gutachten und die letztendliche Entscheidung über einen Antrag betreffen. Wie bereits in den früheren Ergebnisberichten formuliert, wünschen sich insbesondere die nicht bewilligten Antragsteller, Informationen aus den Gutachten zu erhalten und generell etwas besser über den stiftungsinternen Verlauf der Antragsbearbeitung informiert zu werden. Nur auf diesem Weg des Feedbacks können, so die Argumentation, Hinweise zur Verbesserung des Antrages gezogen werden. Diese etwaigen Feedbackschleifen sind nachvollziehbarerweise mit einem Ressourcenaufwand verbunden, der intern abgewogen werden müsste. Zudem betrifft diese Frage unmittelbar das zentrale Charakteristikum eine Stiftung als unabhängige, private Fördereinrichtung.

Ebenfalls eine stiftungsintern zu klärende Frage kann der Umgang mit den Rückmeldungen auf den Themenschwerpunkt Digitalisierung sein, insbesondere mit den eröffneten formalen Möglichkeiten. Die Erstellung von interaktiven Formularen und ggf. eines dynamischen Antragsportals können organisationale Weiterentwicklungen darstellen, die Einschätzung der Befragten ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt aber noch eher uneinheitlich, was sich insbesondere an den vergleichsweise gering ausfallenden Prozentwerten bemerkbar macht.

Gleichwohl bleibt abschließend festzustellen, dass sich die Fritz Thyssen Stiftung im Laufe der drei Erhebungswellen im Rahmen von Learning from Partners kontinuierlich verbessert hat, stetig steigende Zufriedenheitswerte unter ihren Partnern verzeichnen konnte und aufgrund ihres unbürokratischen und themenoffenen Förderansatzes seitens ihrer Partner sehr geschätzt wird. Die Stiftung nimmt im Feld der Wissenschaftsförderung eine besondere und zentrale Position ein. Eine erneute Teilnahme im Rahmen einer Erhebungswelle bei Learning from Partners könnte für die Fritz Thyssen Stiftung interessant sein, um anhand der Längsschnittdaten Veränderungen nachzuzeichnen oder Kontinuitäten dokumentieren zu können.

H. LITERATURVERZEICHNIS

Anheier, Helmut K. / Förster, S. / Mangold, J / Striebing, C. (2017): Stiftungen in Deutschland. 3 Bände. Wiesbaden: Springer VS.

Anheier, Helmut K. und Siobhan Daly (2007): Comparing foundation roles. In: dies. (Hrsg.): The politics of foundations. A comparative analysis. Oxford: Routledge. S. 27-44.

Anheier, Helmut K. (2012): Von Non-Profit-Organisationen und Philanthropie zu sozialer Investition. Auf dem Weg zu einer neuen Forschungsagenda. In: ders, Andreas Schröer, Volker Then (Hrsg.): Soziale Investitionen. Interdisziplinäre Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag. S. 17-38.

Argyris, Chris und Donald A. Schön (1999): Die lernende Organisation. Grundlagen, Methode, Praxis. Stuttgart: Klett-Cotta.

Bundesverband Deutscher Stiftungen (o.D.): Stiftungserrichtungen in Deutschland 1990-2017. Online unter https://www.stiftungen.org/fileadmin/stiftungen_org/Stiftungen/Zahlen-Daten/2018/Stiftungserrichtungen-1990-2017.pdf (letzter Zugriff am 16.08.2018)

CSI (Centrum für Soziale Investitionen) (2015): Learning from Partners. Gesamtreport 2015. Heidelberg.

CSI (Centrum für Soziale Investitionen) (2012): Learning from Partners. Gesamtreport 2012. Heidelberg.

Jacobi, Robert (2009): Die Goodwill-Gesellschaft. Die unsichtbare Welt der Stifter, Spender und Mäzene. Hamburg: Murmann.

Porter, Michael und Mark Kramer (1999): Philanthropy´s new agenda: Creating Value. Harvard Business Review 77(6), S. 121-130

Posch, Ulrike (2015): Deutsche Stiftungen und ihre Kommunikation. Grundlagen und Kriterien für das Kommunikationsmanagement. Wiesbaden: Springer VS.

Power, Michael (1997): From risk society to audit society. Soziale Systeme 3(1), S.3-21.

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