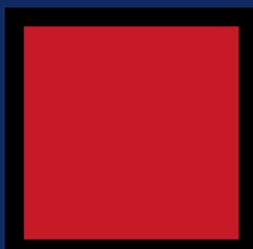
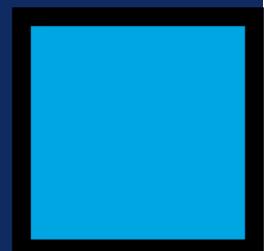
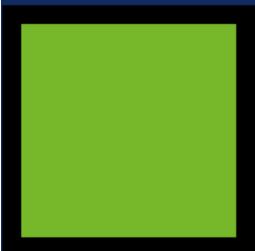


Volkswagen **Stiftung**

LEARNING  
FROM  
PARTNERS

REPORT  
VOLKSWAGENSTIFTUNG  
2021





LEARNING FROM PARTNERS  
**VOLKSWAGENSTIFTUNG 2021**

## **HERAUSGEBER**

Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen (CSI)  
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg  
Bergheimer Straße 58  
69115 Heidelberg  
Telefon: 06221 54 119-50  
E-Mail: [csi@csi.uni-heidelberg.de](mailto:csi@csi.uni-heidelberg.de)  
Web: [soz.uni-heidelberg.de/csi-ueber-uns/](http://soz.uni-heidelberg.de/csi-ueber-uns/)

## **PARTNER**

Carl-Zeiss-Stiftung  
Fritz Thyssen Stiftung  
Gerda Henkel Stiftung  
Joachim Herz Stiftung  
Klosterkammer Hannover  
VolkswagenStiftung

## **TEXT, REDAKTION UND LAYOUT**

Tobias Schmidt, Volker Then, Levin Friedemann, Kathrin Moog

© Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen  
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg 2021

## **INHALT**

<b>A. VORWORT</b>	<b>7</b>
<b>B. EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>8</b>
<b>C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT</b>	<b>9</b>
<b>D. FORSCHUNGSDESIGN UND EMPIRISCHE ERHEBUNG</b>	<b>12</b>
<b>E. ORGANISATIONSPORTRAIT DER VOLKSWAGENSTIFTUNG</b>	<b>14</b>
<b>F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN</b>	<b>15</b>
I. STRUKTUR DER ERHEBUNGSWELLE	15
II. ZUR ZUFRIEDENHEIT DER PARTNER:INNEN	17
III. BEWERTUNGEN DER ADMINISTRATIVEN PROZESSE	22
IV. BEITRÄGE ZUM CAPACITY BUILDING	28
V. ZUR WAHRNEHMUNG DER STIFTUNG	34
VI. ZUR TRANSPARENZ DER STIFTUNG	41
VII. FEEDBACK DER ABGELEHNTEN ANTRAGSTELLER:INNEN	44
VIII. THEMENSCHWERPUNKT COVID-19 & DIGITALISIERUNG	48
<b>G. FAZIT UND IMPLIKATIONEN</b>	<b>54</b>
<b>H. LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>56</b>



## A. VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Learning from Partners ist seit 10 Jahren als Evaluationsstudie fest im Stiftungssektor verankert. Fast 30.000 Partner:innen von insgesamt 16 Stiftungen wurden in vier Erhebungswellen nach ihrem Verhältnis zu ihren Stiftungen befragt. Daraus resultierten mehr als 8.500 Datensätze in quantitativer und qualitativer Form und es entstand ein einzigartiger Datenbestand in Deutschland. Dieser Datenbestand bildet ein Jahrzehnt von Professionalisierung und Organisationsentwicklung im Stiftungssektor ab und trägt zu einer evidenzbasierten Diskussion innerhalb des Sektors bei.

Insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie war es wichtiger denn je, den Partner:innen der Stiftungen eine Möglichkeit des Feedbacks zu geben und somit auf die persönlichen Erfahrungen in dieser Zeit eingehen zu können. Stiftungen, als hoch autonome Institutionen, können gerade in Krisenzeiten Beständigkeit vermitteln, aber auch Impulse für notwendige Veränderungen nach der Krise geben. Um diese vermittelnde Rolle in der Gesellschaft einnehmen zu können, bedarf es allerdings der Akzeptanz, Legitimität und Transparenz.

Die hier vorgestellten Ergebnisse dienen nicht nur der Weiterentwicklung der einzelnen Stiftungen, sondern geben auch Aufschluss darüber, wie eine erfolgreiche Förderung auch in herausfordernden Zeiten gelingt, und eröffnen eine wertvolle Außenperspektive für das stiftungsinterne Handeln. Nicht zuletzt hoffen wir, dass die Rückmeldungen der Partner:innen zum einen zu einer positiven Entwicklung im individuellen Stiftungshandeln beitragen und zum anderen den Austausch zwischen Stiftungen und Partner:innen fördern und intensivieren.

Wir möchten uns sehr herzlich bei den teilnehmenden Stiftungen für ihre Förderung und das Vertrauen sowie ihren Beitrag zur erfolgreichen Durchführung der Studie bedanken. In der vierten Erhebungswelle waren dies namentlich: Carl-Zeiss-Stiftung, Fritz Thyssen Stiftung, Gerda Henkel Stiftung, Joachim Herz Stiftung, Klosterkammer Hannover und VolkswagenStiftung. Außerdem gilt unser Dank allen Partner:innen, die sich bereit erklärt haben, an der Umfrage teilzunehmen und ihre Zeit investiert haben, um ausführlich über ihr Verhältnis zu den Stiftungen zu berichten.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns über Ihre Anregungen und Rückmeldungen auf die Ergebnisse der vierten Erhebungswelle von Learning from Partners.

Heidelberg, im November 2021

## **B. EXECUTIVE SUMMARY**

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt, das in den Jahren 2020/2021 bereits zum vierten 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 Antragsteller:innen und Partner:innen. Seit Start des Evaluationsprojekts im Jahr 2011 wurden fast 30.000 Partner:innen befragt, mehr als 8.500 Datensätze generiert und es nahmen insgesamt 16 Stiftungen teil. Im Rahmen einer Online-Umfrage werden die Partner:innen eingeladen, ihr Feedback an die Stiftungen zu den Themen Zufriedenheit, Administration, Capacity Building und Wahrnehmung der Stiftung zurückzumelden. Außerdem gibt es in jeder Erhebungswelle einen Schwerpunktteil. Das diesjährige Thema ist die Digitalisierung vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie.

### **Zur Zufriedenheit der Partner**

Die befragten Partner zeigen sich überdurchschnittlich zufrieden im Kontakt und in der Zusammenarbeit mit der VolkswagenStiftung. Insgesamt konnte die VolkswagenStiftung mit einem Anteil von 67,37 % von Antworten mit sehr zufrieden eine leichte Steigerung zur vorherigen Erhebung erzielen. Bei der Phase der Antragstellung zeigt sich ebenfalls ein anhaltender positiver Trend. Auch die Kommunikation der Stiftung wurde von 75,70% der Befragten sehr positiv bewertet. Besonders der professionelle Auftritt auf Sozialen Medien und der Internetseite scheint bei den Partner:innen gut anzukommen.

### **Klare administrative Vorgaben und Transparenz im Entscheidungsprozess**

83,57 % der Befragten gaben an, dass die formalen und inhaltlichen Anforderungen der VolkswagenStiftung klar und verständlich waren. Im Vergleich mit der Gesamterhebung schneidet die VolkswagenStiftung damit überdurchschnittlich gut ab. Lediglich die Frage nach der Angemessenheit der Bearbeitungszeit der Anträge gab ein etwas negativeres Bild ab. Nur 69,95% der Befragten gaben hier an, zufrieden zu sein, was der niedrigste Wert im Gesamtsample ist. In puncto Transparenz ließen sich zur vorherigen Erhebung deutliche Steigerungen erkennen. Eine deutliche Verbesserung gab es insbesondere bei den wenigen negativen Bewertungen.

### **Beiträge zum Capacity Building und Wahrnehmung der VolkswagenStiftung**

Für die Förderphase wurden die Partner:innen gebeten, verschiedene Formen der Unterstützung seitens der VolkswagenStiftung zu bewerten. Die Befragten bewerteten insgesamt die verbesserte Sichtbarkeit des Projekts durch eine Förderung der VolkswagenStiftung als größte Unterstützung. 63,61 % der Befragten gaben hier eine sehr gute bzw. gute Note. Besonders die Unterstützungsangebote erzielten überdurchschnittliche Bewertungen und konnten diese im Vergleich zur letzten Welle um mehrere Prozentpunkte steigern. Die VolkswagenStiftung wird wie schon in den vorherigen Wellen als hoch renommiert, anspruchsvoll und innovativ gesehen. Mit kumulierten 90,85 % bei den Antworten trifft zu und trifft etwas zu, sehen die Befragten ein sehr hohes und überdurchschnittliches Renommee.

## C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt, das als Trendstudie bereits zum vierten Mal – seit 2011 - am Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen (CSI) der Universität Heidelberg durchgeführt wird. Das Vorhaben widmet sich der systematischen Evaluation des Kooperationsverhältnisses zwischen Stiftungen und ihren Partner:innen. Der Fokus der Studie liegt dabei auf der Performance sowie der organisationalen Weiterentwicklung der teilnehmenden Stiftungen. Ziel ist es, durch die Befragung der Partner:innen ein systematisches und umfassendes Feedback zu erhalten und somit stiftungsinterne Abläufe, die Umsetzung der Stiftungsstrategie und die Wahrnehmung der Stiftung insgesamt zu evaluieren. Aufgrund der Tatsache, dass die Trendstudie seit 2011 Daten dazu erfasst, und neben anderen auch die Volkswagenstiftung bereits seit Beginn des Forschungsprojekts teilnimmt, eröffnet Learning from Partners nicht nur die Möglichkeit einer Momentaufnahme, sondern zeigt auch explizit Entwicklungen über einen längeren Zeitraum auf.

### **Stiftungen als autonome und innovative Pulsgeber in unserer Gesellschaft**

Stiftungen gehören zu den autonomsten Institutionen in der Vergangenheit und Gegenwart und agieren „in relativer Unabhängigkeit von Marktmechanismen und Wahlzyklen“. Mit ihren vielfältigen Rollen, seien sie komplementär, substituierend, bewahrend oder innovativ-themenanwaltschaftlich angelegt, verfügen Stiftungen über komparative Vorteile gegenüber anderen Institutionen in unserer Gesellschaft. Aufbauend auf dem inhärent langfristigen Wirkungshorizont von Stiftungen, sind sie in der Lage, Risiken einzugehen und so Innovationen in unterschiedlichsten Handlungsfeldern zu fördern. Stiften als gesellschaftlicher Akt erfreut sich bis heute großer Beliebtheit: In den vergangenen Jahren stieg die Anzahl an Stiftungen in Deutschland kontinuierlich an. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen verzeichnete im Jahr 2020 insgesamt 23.876 rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts. Im Jahr 2020 gab es 712 Neuerrichtungen. Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber 2019 von 2,8 Prozent.

### **Stiftungen im Wandel der Zeit**

Aufgrund des stetigen Wachstums des Stiftungssektors ist auch das Interesse aus akademischer und öffentlicher Sicht am Stiftungssektor ungebrochen. Es werden die unterschiedlichsten Rollen und Funktionsweisen von Stiftungen untersucht, ihre Verortung in der Zivilgesellschaft sowie der spezifische Beitrag von Stiftung zum Gemeinwohl beleuchtet. Aber auch der enorme Einfluss von (kapitalstarken) Stiftungen auf demokratische Systeme "Philanthrokapitalismus" wird stärker thematisiert und reflektiert. Dabei spielen Begriffe wie Accountability, Transparenz und Wirkung eine wesentliche Rolle in der Debatte rund um die immer stärkere Professionalisierung und Ökonomisierung des philanthropischen Handlungsfelds. Stiftungen nehmen diese Debatten wahr und greifen diese auf unterschiedliche Weise auf: Sie beschäftigten sich in zunehmendem Maße mit Legitimität, Diversität, Nachhaltigkeit sowie mit Fragen von Strategie, Qualität und Wirkungsorientierung.

## 10 Jahre Learning from Partners

Seit der Pilotstudie im Jahre 2011/2012 konnten insgesamt vier Erhebungswellen durchgeführt werden. Das Forschungsprojekt konnte so einen Datenschatz generieren, der für den Stiftungssektor viele spannenden Einblicke gewährt und einzigartig für den deutschen Stiftungssektor ist. Aufgrund des Längsschnittdesigns können Stiftungen wie die Volkswagenstiftung, die seit Beginn des Forschungsprojekts teilnehmen, auf eine Dekade Organisationsentwicklung zurückschauen.

Insgesamt wurden in diesen Jahren fast 30.000 Partner:innen befragt, mehr als 8.500 Datensätze generiert und es nahmen insgesamt 16 Stiftungen an vier Erhebungswellen teil. Die vierten Erhebungswelle, deren Ergebnisse der vorliegende Bericht vorstellt, wurde von folgenden Stiftungen gefördert: Carl-Zeiss-Stiftung, Fritz Thyssen Stiftung, Gerda Henkel Stiftung, Joachim Herz Stiftung, Klosterkammer Hannover und VolkswagenStiftung. Die VolkswagenStiftung und die Fritz Thyssen Stiftung nahmen an allen vorherigen Wellen teil. Die Klosterkammer Hannover begann ihr Engagement in der zweiten Erhebungswelle. So auch die Gerda Henkel Stiftung, die bereits zum zweiten Mal an Learning from Partners teilnimmt. Die Carl-Zeiss-Stiftung und die Joachim Herz Stiftung nehmen zum ersten Mal an der Trendstudie teil. Somit lassen sich für vier der sechs Stiftungen in der vierten Erhebungswelle neben den Querschnittsergebnissen der Umfrage 2021 auch Längsschnittergebnisse ableiten. Im Falle der VolkswagenStiftung und der Fritz Thyssen Stiftung sogar kontinuierlich über einen Zeitraum von 10 Jahren. Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Stiftungen, deren Partner:innen bislang im Rahmen des gemeinschaftlichen Forschungsprojektes befragt wurden.

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

	2011/2012	2014/2015	2017/2018	2020/2021
Boehringer Ingelheim Fonds			x	
<b>Carl-Zeiss-Stiftung</b>				x
Deutsche Bundesstiftung Umwelt			x	
<b>Fritz Thyssen Stiftung</b>	x	x	x	x
<b>Gerda Henkel Stiftung</b>		x		x
<b>Joachim Herz Stiftung</b>				x
<b>Klosterkammer Hannover</b>		x	x	x
Nds. Bingo-Umweltstiftung		x		
Nds. Lotto-Sport-Stiftung		x		
Robert Bosch Stiftung	x	x		
Software AG Stiftung		x	x	
Stiftverband für Deutsche Wissenschaft	x	x		
Stiftung Mercator	x	x	x	
<b>VolkswagenStiftung</b>	x	x	x	x
Wilhelm Sander-Stiftung		x	x	
Zeit-Stiftung	x			

## D. FORSCHUNGSDESIGN UND EMPIRISCHE ERHEBUNG

Das Forschungsprojekt Learning from Partners stellt eine Verbundevaluation für Stiftungen dar und ist als replikativer Survey konzipiert. Kern des Projektes ist ein eigens entwickelter, standardisierter und modularer sowie getesteter Erhebungsbogen, der sich mittels geschlossener, halb-offener und offener Fragen den unterschiedlichen Facetten der Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und ihren Partner:innen widmet.

Hierzu zählen insbesondere Themenbereiche der Zufriedenheit, die Bewertung von administrativen Prozessen, die Beiträge der Stiftung zum Capacity Building sowie die generelle Wahrnehmung der Stiftung. Ergänzt wird der Fragenkatalog durch einen variablen Block, 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:innen spezifisch zu den Themenfeldern Professionalisierung von Stiftungen und Digitalisierung im Sektor befragt. Die vierte Welle nahm das Thema Digitalisierung neu auf und verband die Thematik mit den Auswirkungen durch die COVID-19-Pandemie und den dadurch entstandenen Veränderungen in der Arbeit der Partner:innen.

Die Durchführung der Umfrage erfolgte computergestützt unter Zuhilfenahme der Open Source Software LimeSurvey. Es wurden sechs stiftungsindividuelle, inhaltlich nahezu identische Umfragen programmiert, die die Klarnamen der Stiftung nutzten und spezifische Charakteristika der beteiligten Stiftungen berücksichtigten. Die individuelle und modulare Programmierung der Umfrage ermöglicht es Stiftungen, jederzeit dem Forschungsprojekt beizutreten, da nicht nur der Längsschnitt, sondern auch die vergleichenden Querschnittsauswertungen jeder Organisation in Relation zu den Gesamtergebnissen einer Erhebungswelle und den jeweils beteiligten Stiftungen positioniert werden.

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:innen 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 vierten Welle im Jahr 2020 – (1) einen Antrag an die Stiftung gestellt hatten, der bewilligt oder abgelehnt wurde, (2) eine laufende Projektförderung erhielten oder (3) Kooperationspartner:in der Stiftung waren oder sind.

Mit der durchgeführten Erhebung lässt sich die Wahrnehmung der Situation dieser Partner:innen in Hinblick auf den Kontakt und die Zusammenarbeit mit der Stiftung zu einem bestimmten Zeitpunkt untersuchen. Durch die wiederholten Erhebungen können im Rahmen des Projektdesigns als Trendstudie „Aussagen über Wandel und Stabilität

auf Aggregatebene getätigt werden“<sup>1</sup>, die sich aus den vergleichenden Auswertungen ergeben. Es wird eine organisationspezifische 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:innen und der Öffentlichkeit bei und dienen darüber hinaus der weiteren Forschung. Die Durchführung der empirischen Umfragen erfolgte zwischen Februar und März 2021. Die zu befragenden Partner:innen wurden durch die jeweiligen Stiftungen zur Registrierung an der Umfrage eingeladen. Im Anschluss, nach der Einverständniserklärung der Registrierten, wurde der Umfragelink per E-Mail verschickt.<sup>2</sup> Die Online-Erhebung gewährleistete die vollständige Anonymität der Teilnehmer:innen und schloss Fehler bei der Datenerfassung aus. Zudem wurde eine rekonstruierende Zuordnung der Antworten zu den Befragten ausgeschlossen.<sup>3</sup>

Im genannten Erhebungszeitraum wurden insgesamt 5.474 Partner:innen eingeladen, von denen sich 1.843 für die Umfrage registrierten. 1.325 von ihnen füllten den Fragebogen schlussendlich vollständig aus. Dies entsprach einer Quote von 71,89 Prozent der Registrierten und einer Rücklaufquote von vollständigen Antworten von 24,33 Prozent. Aufgrund des aus Datenschutzgründen abweichenden, aufwendigeren Verfahrens im Gegensatz zu den vorherigen Erhebungswellen ist die Gesamtrücklaufquote dennoch zufriedenstellend.

---

1 Stein 2014: 143

2 Das Teilnahmeverfahren wurde aufgrund der datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen zweistufig durchgeführt (sog. Double-Opt-In Verfahren): Zunächst wurden die Partner:innen über die Verteiler der jeweiligen Stiftung angeschrieben und um eine Teilnahme an Learning from Partners bzw. zur Registrierung gebeten. Mit der freiwilligen Registrierung erklärten die Partner:innen ihr Einverständnis, dass das CSI Kontakt zur Übersendung des Umfragelinks aufnehmen durfte.

3 Personen- bzw. organisationspezifische Angaben die bei der Beantwortung des Fragebogens getätigt worden sind, wurden für die Auswertung und weitere Verarbeitung vollständig anonymisiert

## **E. ORGANISATIONSPORTRAIT DER VOLKSWAGENSTIFTUNG**

Die VolkswagenStiftung wurde 1961 gegründet. Sie verfügt über ein Stiftungskapital von rund € 3,5 Milliarden und ist damit eine der größten privaten wissenschaftsfördernden Stiftungen in Deutschland und in Europa. Als gemeinnützige Stiftung privaten Rechts verfolgt sie den Zweck der Förderung von Wissenschaft und Technik in Forschung und Lehre.

Mit ihrem Förderangebot möchte die VolkswagenStiftung der Wissenschaft gezielt Impulse geben, indem sie Forschungsvorhaben in zukunftssträchtigen Gebieten ermöglicht und wissenschaftlichen Institutionen bei der Verbesserung der strukturellen Voraussetzungen ihrer Arbeit hilft. Besondere Aufmerksamkeit widmet sie dabei dem wissenschaftlichen Nachwuchs sowie der Zusammenarbeit von Forschern über disziplinäre und nationale Grenzen hinweg.

Das Förderangebot der Stiftung umfasst derzeit rund 10 mehrjährige Förderinitiativen sowie zusätzlich Ausschreibungen zu aktuellen Themen. Diese bilden den Rahmen ihrer Förderaktivitäten und werden als Teil des eigenen Veranstaltungsangebots thematisch aufgegriffen. Die VolkswagenStiftung vergibt ihre Mittel ausschließlich an wissenschaftliche Einrichtungen. Das Kuratorium bildet den Vorstand der Stiftung und besteht aus 14 Persönlichkeiten, von denen jeweils sieben von der Bundesregierung und der Niedersächsischen Landesregierung für eine Amtszeit von bis zu zweimal fünf Jahren berufen werden. Die Geschäftsführung der VolkswagenStiftung obliegt dem Generalsekretär. Seit 2020 bekleidet Dr. Georg Schütte dieses Amt. Derzeit sind ca. 100 Mitarbeiter(innen) in der Geschäftsstelle der VolkswagenStiftung in Hannover in den drei Abteilungen „Förderung“, „Vermögensanlage“, „Finanzen und Verwaltung“ sowie im Stabsbereich tätig.

## F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

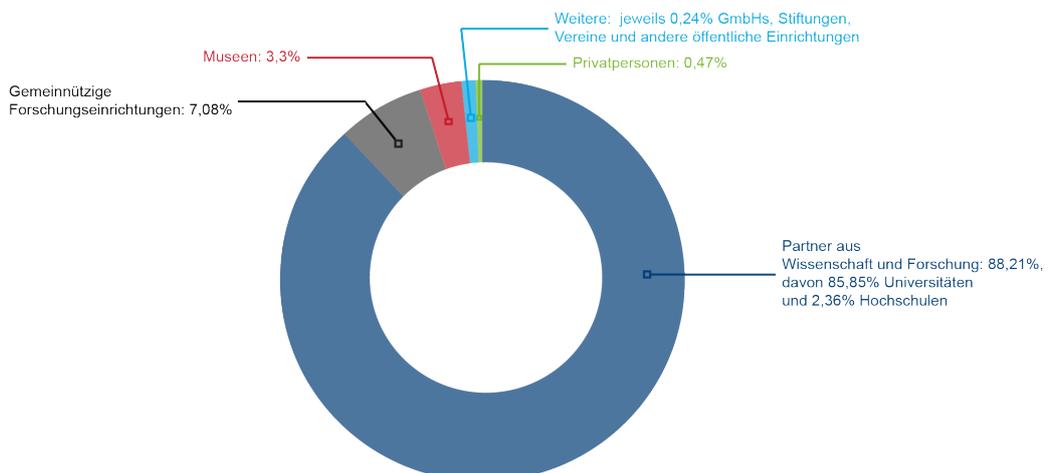
In den folgenden Kapiteln werden die erzielten Ergebnisse aus der Einzelerhebung der VolkswagenStiftung vorgestellt. Die Ergebnisse der Einzelerhebung werden in Vergleich zu den Ergebnissen der bisherigen Gesamterhebungen gesetzt. Dadurch ist zum einen eine Einzelbetrachtung der Ergebnisse der VolkswagenStiftung möglich und zum anderen können die Ergebnisse mit der „Peer Group“ verglichen werden. Außerdem werden frühere Ergebnisse aus der Teilnahme der VolkswagenStiftung mit den aktuellen Ergebnissen verglichen, um die stiftungsinterne Entwicklung abzubilden. Die Gliederung orientiert sich an den Dimensionen, die im Erhebungsinstrument berücksichtigt wurden.

### I. Strukturdaten des Antwortsamples

Zur Teilnahme an der Umfrage Learning from Partners IV wurden insgesamt 1800 Personen seitens der VolkswagenStiftung eingeladen, an der Erhebung teilzunehmen. Insgesamt registrierten sich 581 Personen. Davon nahmen 426 Personen an der Umfrage teil und beantworteten den Fragebogen vollständig. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 23,67 %. Unter den Antwortdatensätzen waren die Angaben von 358 geförderten Partner:innen sowie 68 nicht bewilligte Antragsteller:innen. Im Vergleich zur Learning from Partners Erhebung aus dem Jahr 2018 sind die Gesamtzahlen etwas höher angesiedelt.

Anträge an die VolkswagenStiftung können nur von Personen aus wissenschaftlichen Einrichtungen gestellt werden. Dementsprechend sind 95,28 % der Befragten aus dem akademischen Umfeld. 3,30 % gaben als ihre Herkunftsorganisation Museum an. Die übrigen Befragten stammen aus Organisationen aus dem Kontext von Stiftungen, Vereinen und anderen öffentlichen Einrichtungen. Bei der Zusammensetzung des Samples ist im Vergleich der vorherigen Erhebungswellen kein signifikanter Unterschied zu beobachten. Dies liegt, wie eingangs beschrieben, an den Förderrichtlinien der VolkswagenStiftung und der dadurch entstehenden Vorauswahl.

Abb. 2: Herkunftsorganisation der Partner:innen



Mit Blick auf ihre Antragstellung bei der VolkswagenStiftung gaben 56,77 % aller Befragten an, zum ersten Mal bei der VolkswagenStiftung einen Antrag gestellt zu haben. 42,04 % stellten in den letzten fünf Jahren zwischen zwei und vier Anträge. 1,19 % zwischen fünf und 10. Keiner der Befragten stellte in den letzten fünf Jahren mehr als 10 Anträge bei der VolkswagenStiftung.

Betrachtet man die Zahlen für Anträge bei jedweder Förderorganisation in den letzten fünf Jahren unter den Befragten, lässt sich feststellen, dass 94,31 % Erfahrung in der Antragstellung gesammelt haben und somit in den letzten fünf Jahren zwischen 2 und mehr als 10 Anträge stellten. Für 5,69 % war der Antrag bei der VolkswagenStiftung zugleich der erste Förderantrag überhaupt. Die Ergebnisse sind nahezu deckungsgleich mit den Ergebnissen aus 2018 und beinhalten keine großen Veränderungen.

Abb. 3: Häufigkeit der Antragstellung bei der VolkswagenStiftung in den vergangenen fünf Jahren

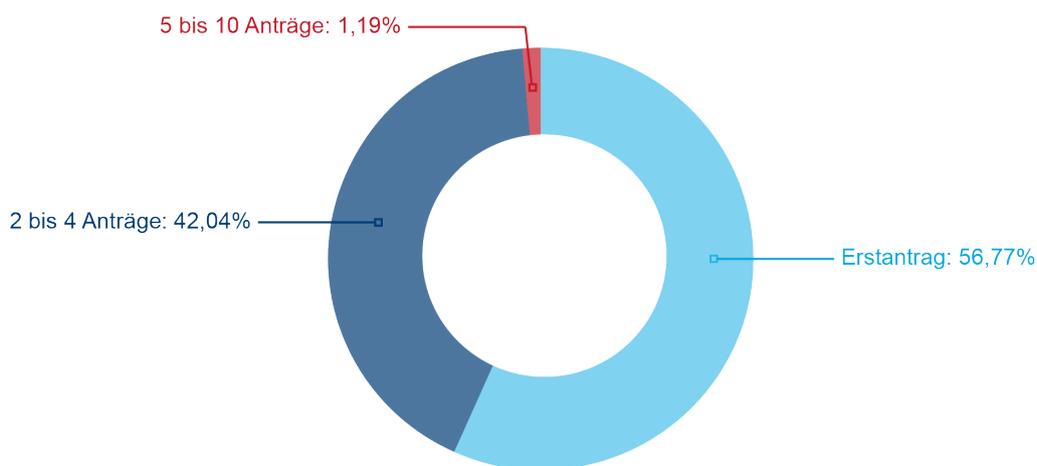
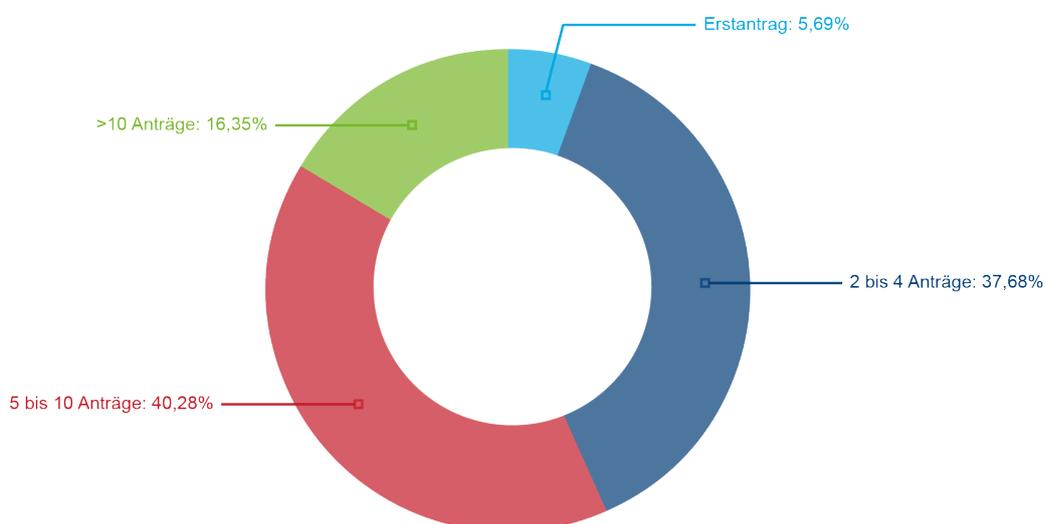


Abb. 4: Häufigkeit der Antragstellung bei jedweder Stiftung in den vergangenen fünf Jahren



## II. Zur Zufriedenheit der Partner:innen

Ein zentrales Interesse der Learning from Partners Erhebung ist es, die Zufriedenheit der Partner:innen mit der Stiftung in Erfahrung zu bringen. Die Phase der Antragstellung ist ein entscheidender erster Schritt in der potenziellen Zusammenarbeit und stellt einen wesentlichen Abschnitt im idealtypischen Projektverlauf dar. Nach der Auswahl und Entscheidung beginnt der Austausch mit der Stiftung in unterschiedlicher Art und Weise. Partner:innen sind mit unterschiedlichen bürokratischen Prozessen und den damit verbundenen Dokumenten konfrontiert und treten in Kontakt mit Stiftungsmitarbeiter:innen.

Gefragt nach der Zufriedenheit mit Blick auf die Antragstellung insgesamt, konnte die VolkswagenStiftung mit einem Anteil von 65,27 % von Antworten mit sehr zufrieden eine leichte Steigerung zur vorherigen Erhebung erzielen. Weitere 24,43 % gaben an, eher zufrieden gewesen zu sein. 1,15 % waren eher nicht zufrieden und nur 0,76 % waren nicht zufrieden. 3,44 % konnten bzw. wollten diese Frage nicht beantworten. Insgesamt liegen die Werte bei den sehr zufriedenen Befragten leicht unter dem Durchschnitt aller Stiftungen. Etwas über dem Schnitt liegt der Wert der Befragten, die eher zufrieden waren. Im Verhältnis zum Gesamtsample zeigt sich ein insgesamt jedoch ein leicht positiver Trend bei der Zufriedenheit in der Phase der Antragstellung bei den Befragten.

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

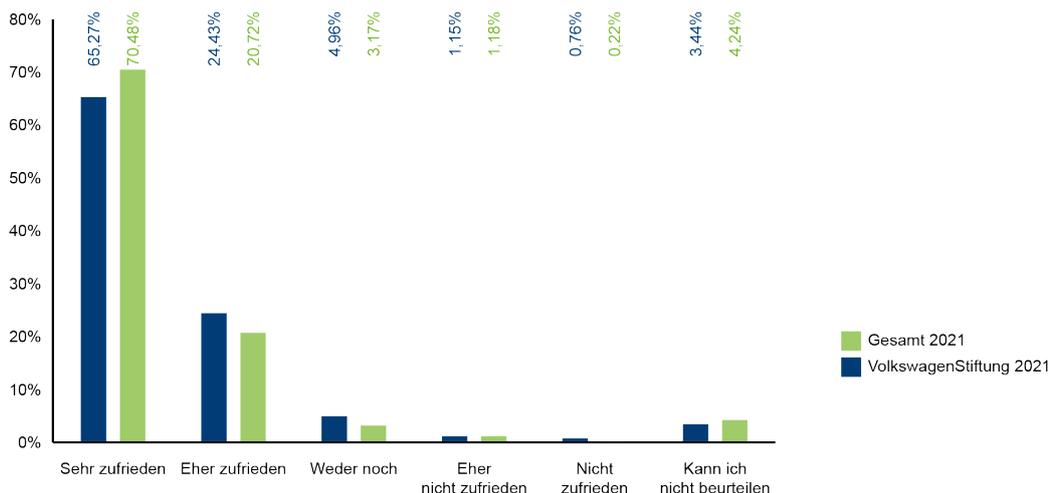
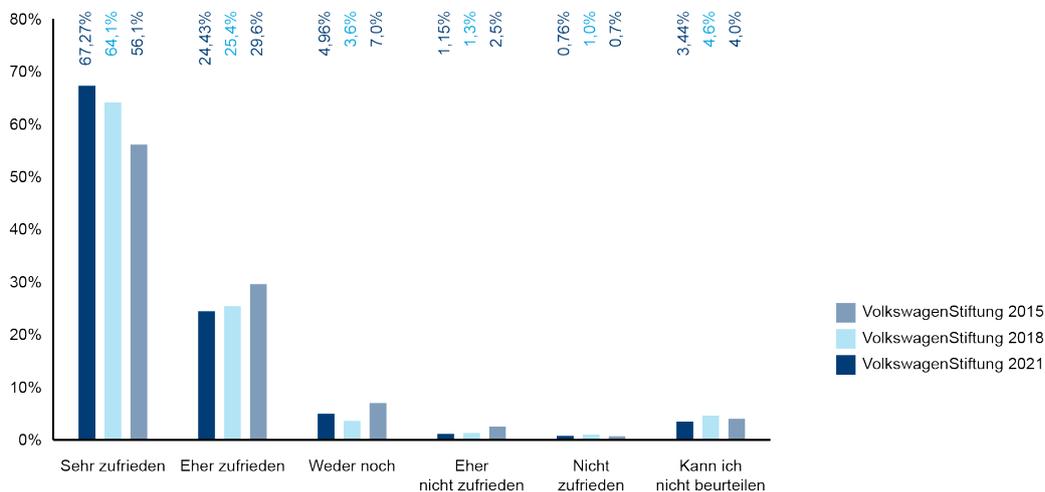


Abb. 6: Wie zufrieden waren Sie in der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung? (Trend 2015 - 2021)



Die Bewertung der Partnerschaft insgesamt konnte nur von den geförderten Partner:innen vorgenommen werden. Hier konnten sich die VolkswagenStiftung noch ein wenig steigern. 78,77 % gaben die Note sehr gut und 19,87 % die Note gut. Lediglich 1,4 % bewerteten die Partnerschaft insgesamt mit der Note befriedigend. Im Unterschied zu den vorherigen Wellen gab es keine schlechteren Noten bei dieser Frage. Es gab auch hier eine Verschiebung hin zu einer besseren Bewertung der Partnerschaft in Richtung der Bestnote sehr gut. Zusammenfassend ist hier eine stetige Verbesserung der Partnerschaft zwischen VolkswagenStiftung und geförderten Partner:innen festzustellen.

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

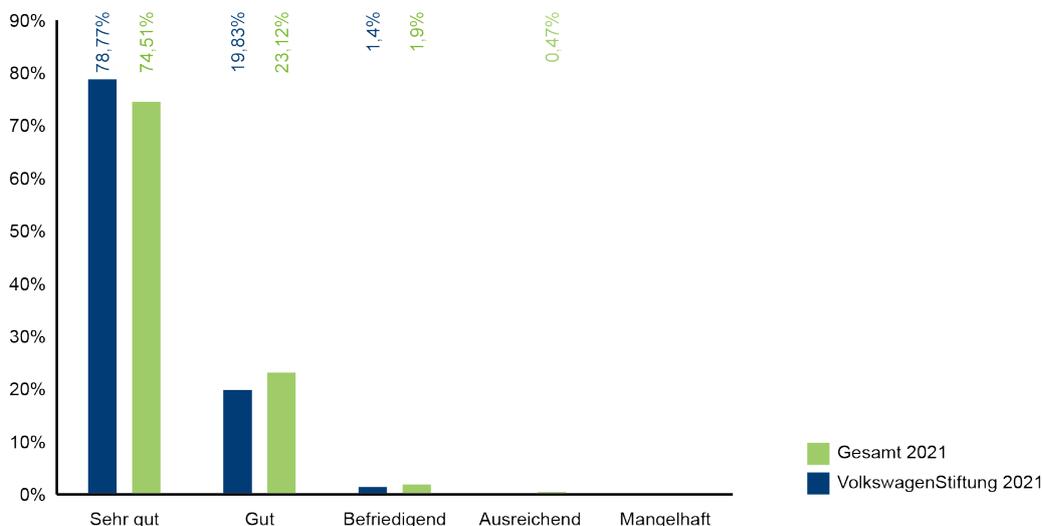
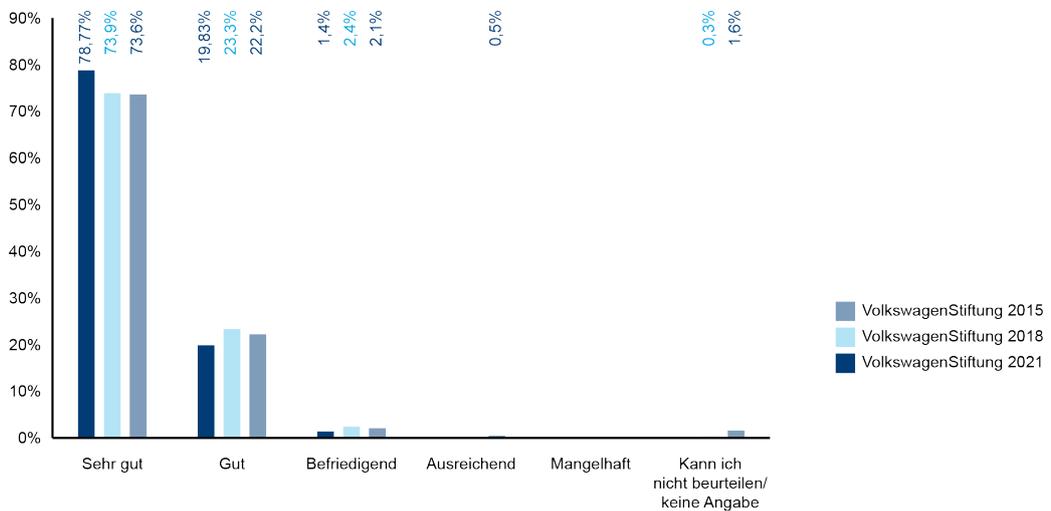


Abb 8: Wie bewerten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung? (Trend 2015 - 2021)



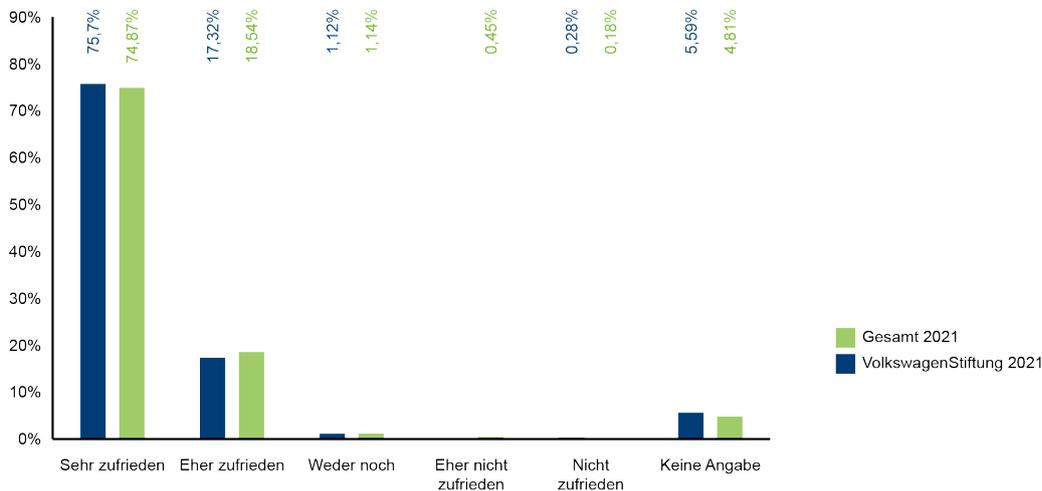
Ein weiterer wichtiger Aspekt in der Partnerschaft und Zusammenarbeit zwischen VolkswagenStiftung und ihren Partner:innen ist die Kommunikation mit den Ansprechpersonen in der Stiftung (Abb. 9). 75,70 % waren sehr zufrieden mit der Kommunikation und 17,32 % eher zufrieden. Lediglich 1,12 antworteten mit weder noch und 0,28 % mit nicht zufrieden. 5,59 % gaben keine Antwort auf diese Frage. In Trendvergleich sieht man, dass es am positiven Ende der Skala wiederum leichte Verschiebungen in Richtung Bestwert gab. 2018 beantworteten 72,5 % diese Frage mit sehr zufrieden. Mit 75,70 % liegt die Stiftung leicht über dem Schnitt der aktuellen Erhebung. Insgesamt zeigt sich ein weiter anhaltender positiver Trend in allen Bereichen und eine Verschiebung zum positiven Ende der Skala. Dieser grundzufriedene Trend lässt sich auch in den qualitativen Antworten erkennen:

*„Die Betreuung durch den für uns zuständigen Referenten ist wunderbar. Jede Frage wird schnell und befriedigend beantwortet. Die Stiftung reagiert flexibel auf neue Herausforderungen, die sich im Laufe des Forschungsprozesses auftun, so können freiwerdende Gelder problemlos umgewidmet und sinnvoll verwendet werden. Das alles ist so ungemein unbürokratisch und hilfreich. Wir haben uns in der gesamten Zeit auf das Beste beraten und betreut gefühlt.“*

*„Der Kontakt zu den Mitarbeiter\*innen der Stiftung war vorzüglich. Ich möchte mich an dieser Stelle ausdrücklich für die konstruktive und freundliche Beratung bedanken.“*

*„Die Beratung seitens der Mitarbeitenden der Volkswagenstiftung weiß ich sehr zu schätzen. Ich hatte das Gefühl, dass die Stiftung mich fördern möchte und mich auf dem Weg unterstützt, den besten Antrag zu schreiben. Bei Vorhaben, die nicht passen, war die Aussage ebenso eindeutig und schnell, auf Basis einer Skizze, ohne komplizierten Antragsprozess. Das ist ein großer Vorteil und unterscheidet die Stiftung von anderen Förderern“*

Abb. 9: Wie zufrieden waren Sie mit der Kommunikation mit Ihrer Ansprechperson innerhalb der Stiftung?



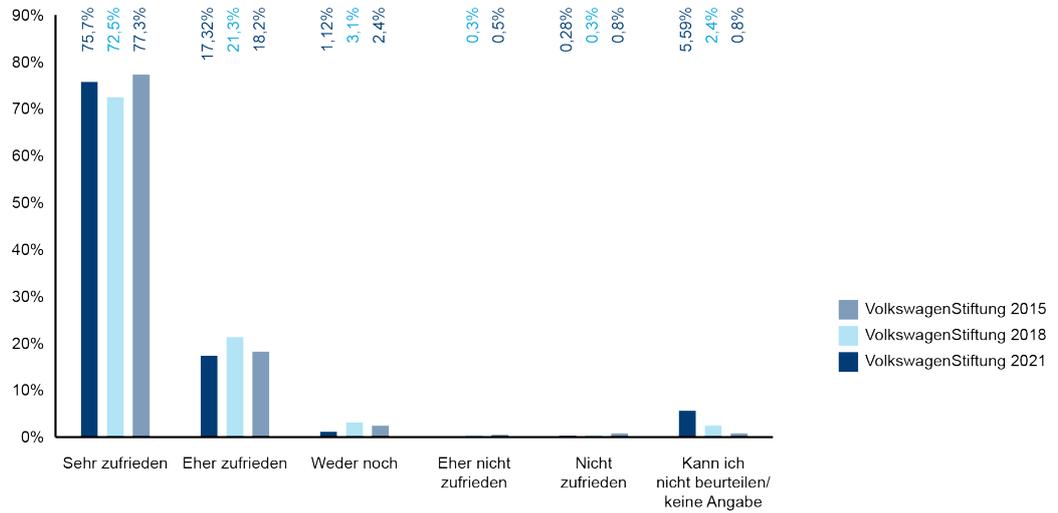
Jedoch ließ sich hier auch Kritik besonders in der Antragsphase herauslesen:

„In der Antragsphase war die damalige Ansprechperson nicht sehr rezeptiv für die Fragen und Herausforderungen, die sich uns aufgrund des internationalen Setups des Antragsteams stellte, obwohl genau eine solche internationale Aufstellung gefordert/erwünscht war. Es ging darum, wie die besonderen Herausforderungen der Kolleg\*innen im Globalen Süden im vorgegebenen Förderrahmen berücksichtigt werden können. Die damalige Ansprechperson berief sich darauf, dass wir im Kreis des Antragsteams Lösungen suchen müssen. Unsere Hinweise auf strukturelle Probleme durch den Förderrahmen wurden nicht ernst genommen, obwohl es in dieser Projektlinie genau darum geht, Kooperationen auf Augenhöhe mit Kolleg\*innen aus dem Globalen Süden zu fördern. In der Phase nach Bewilligung des Projekts zeigten sich die Ansprechpersonen der VolkswagenStiftung wesentlich konstruktiver, so dass wir derzeit sehr zufrieden sind mit dem Kontakt zur VolkswagenStiftung.“

„Die Kommunikation erfolgte meist zeitnah und problemlos. Feedback erhielt ich nicht "automatisch", sondern musste es erbitten. Es wurde mir dann nach 2 Monaten Wartezeit am Telefon vorgelesen. Das erschien mir merkwürdig - es sollte doch Möglichkeiten geben den Feedbackprozess so lernorientiert zu gestalten (z.B. standardisierte Feedbackbögen zur Aushändigung), dass man auch aus einer Ablehnung noch Lektionen lernen kann.“

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

Abb. 10: Wie zufrieden waren Sie mit der Kommunikation mit Ihrer Ansprechperson innerhalb der Stiftung? (Trend 2015 - 2021)



### III. Bewertung der administrativen Prozesse

Das Verhältnis zwischen Partner:innen und Stiftungen wird mittels zahlreicher administrativer Prozesse strukturiert und geprägt. Da Learning from Partners als Ansatz der Organisationsevaluation konzipiert ist, stellt die Bewertung und Einschätzung der administrativen Elemente eine wesentliche Dimension dar, um über die Organisationsstruktur und deren Performanz Auskunft geben zu können. Zur Bewertung der administrativen Prozesse gingen mehrere Fragen an unterschiedlichen Stellen in das Erhebungsinstrument ein. Der Schwerpunkt lag auf der Phase der Antragstellung und Transparenzaspekten.

Alle befragten Partner:innen wurden zu drei verschiedenen Aspekten mit Blick auf die Antragstellung nach ihrer Bewertung gefragt: (1) Klarheit der formalen und inhaltlichen Anforderungen; (2) Angemessene Bearbeitungszeit und (3) Transparenz des Antragsprozess. Die genannten Aspekte helfen zum einen den Partner:innen bei der Antragstellung und leiten durch den Prozess. Zum anderen werden durch klare, strukturierte Anforderungen die Stiftungen mit Anträgen konfrontiert, die ihren Bedingungen entsprechen. Exemplarisch wurde hier grafisch die erste Dimension dargestellt. Auf die anderen Dimensionen wird unterhalb der Grafik bezug genommen

83,57 % gaben an, dass die formalen und inhaltlichen Anforderungen der VolkswagenStiftung klar und verständlich waren. 13,62 % beantworteten diese Teilfrage mit trifft etwas zu. 1,64 % gaben an, dass dies weniger zutrifft. Im Vergleich zu den letzten Erhebungen gibt es hier eine Verschiebung in Richtung Antwortmöglichkeit trifft etwas zu von 2,86 %. Die Gruppe der Befragten, die eindeutig zustimmten, verlor wohl nicht zuletzt auf Grund dieser Verschiebung 2,33 %. Schlussendlich schneidet die VolkswagenStiftung in diesem Aspekt dennoch überdurchschnittlich im Vergleich zum Gesamtsample ab. Es zeigt sich im Trendverlauf am positiven Ende der Skala ein kleiner Rückgang, dieser ist jedoch aufgrund des Gesamtergebnisses eher vernachlässigbar.

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

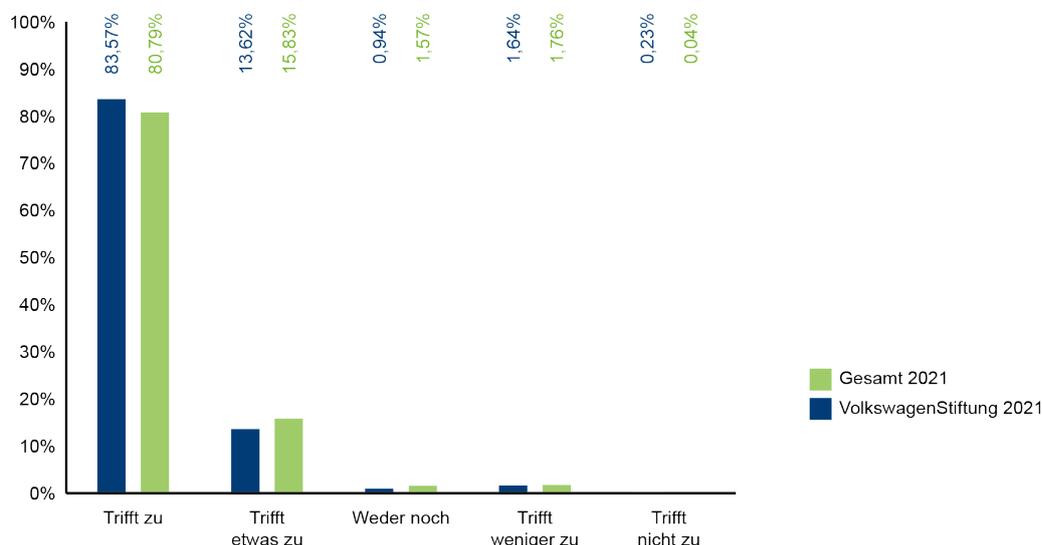
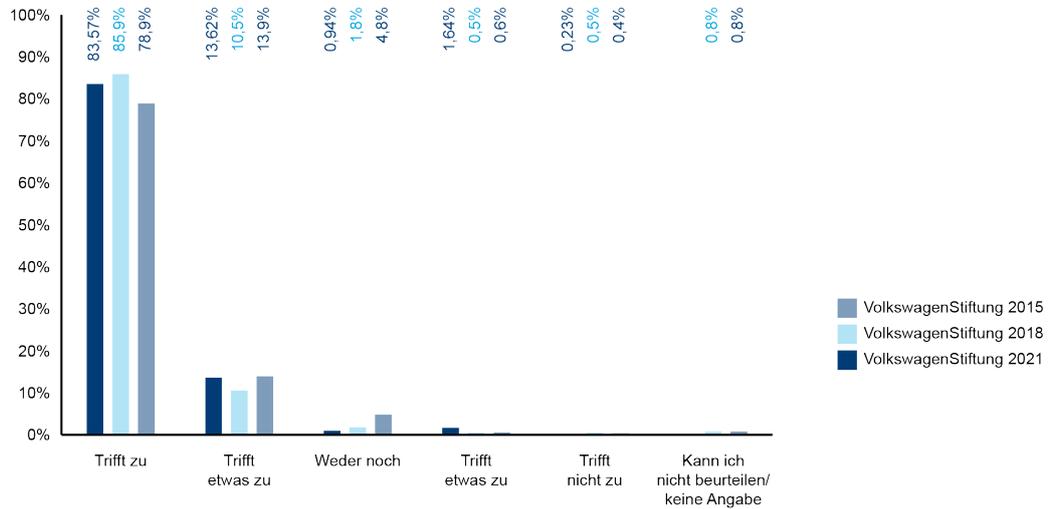


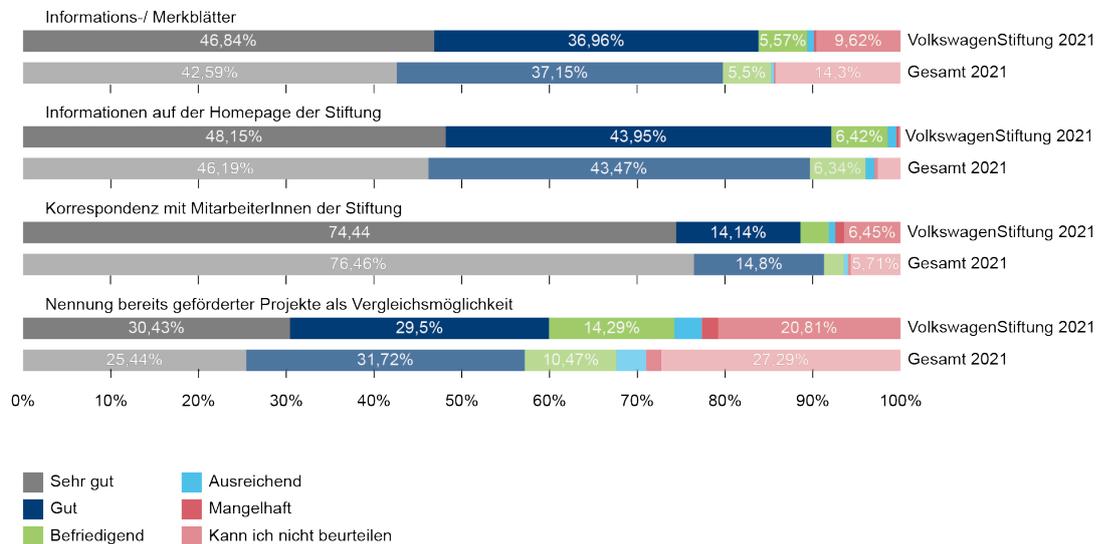
Abb. 12: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig. (Trend 2015 - 2021)



Die Partner:innen wurden auch befragt, ob sie der Meinung seien, dass ihr Antrag in angemessener Zeit bearbeitet wurde. Hier ergaben sich folgende Werte: 69,95% der Befragten stimmten zu, dass ihr Antrag in angemessener Zeit bearbeitet wurde. 16,9% stimmten etwas zu und 4,96% Prozent gaben weder-noch als Antwort ab. Negativ bewerteten die Angemessenheit der Bearbeitungszeit der Anträge summiert ca. 8,3%. Damit erzielte die VolkswagenStiftung hier den schlechtesten Wert im Gesamtsample. Insgesamt waren die positiven Bewertungen zur Angemessenheit der Bearbeitungszeit der anderen Stiftungen im Durchschnitt ca. 15-20% höher. Bezüglich der Transparenz des Antragsprozess liegt die VolkswagenStiftung im Mittelfeld 68,3% stimmten zu, dass der Antragsprozess insgesamt transparent war. Wenige Befragte bewerteten diese Dimension negativ.

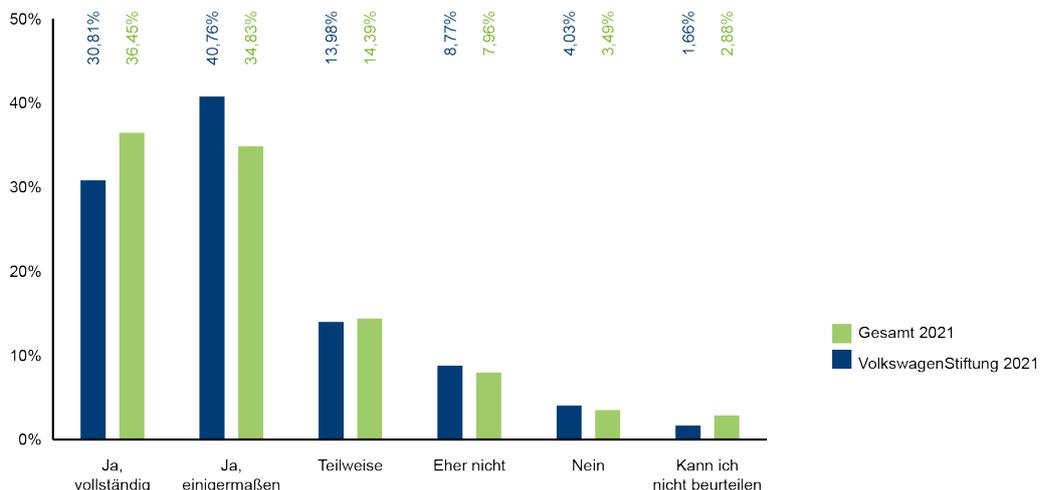
Im Zusammenhang mit den formalen und inhaltlichen Anforderungen gibt es für die Partner:innen verschiedene Arten von Unterstützungsangeboten im Prozess seitens der VolkswagenStiftung. Dabei spielten bei der VolkswagenStiftung die Korrespondenz zwischen Antragsteller:innen/Partner:innen eine besondere Rolle. Kumulierte 88,59% bewerteten dieses Angebot als sehr gut bzw. gut. Grundsätzlich positiv wurden zudem sowohl die Informations- bzw. Merkblätter als auch der Informationsgehalt auf der Website der VolkswagenStiftung bewertet. Hier gaben kumuliert 83,80% bzw. 92,1% eine sehr gute oder gute Note.

Abb. :13 Wie bewerten Sie die folgenden Unterstützungsangebote bezüglich der Antragstellung?

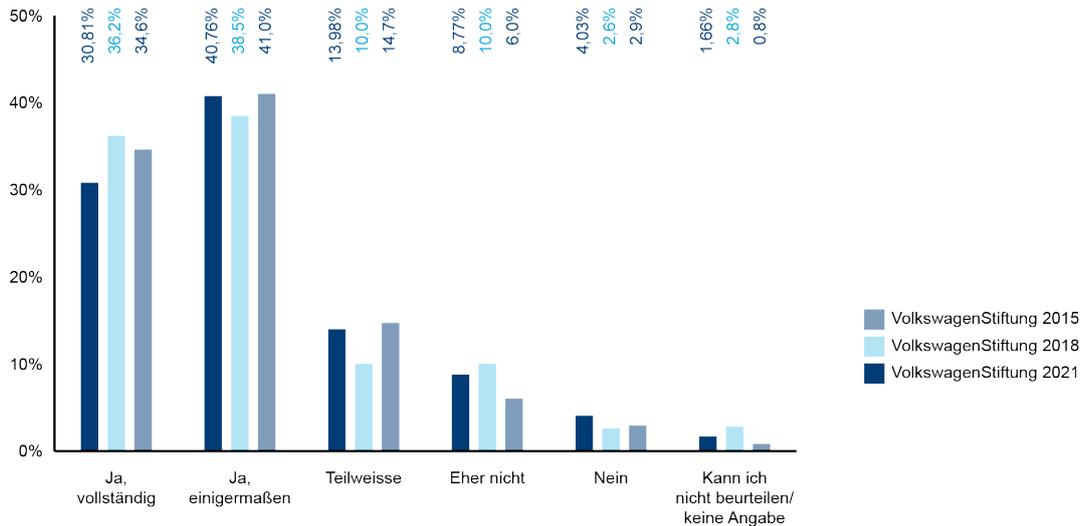


Nach der Einreichung eines Antrages beginnt die stiftungsinterne Bearbeitung. Dieser Vorgang ist mit Fristen und Terminen verbunden und oftmals eine Blackbox für Antragsteller:innen. Um die Kommunikation nach Einreichung des Antrages zwischen Stiftung und Antragsteller:innen bewerten zu können, wurden alle Antragsteller:innen gefragt, ob diese über die weitere stiftungsinterne Bearbeitung Bescheid wussten. Hier muss festgestellt werden, dass die VolkswagenStiftung im Vergleich zu den vorherigen Erhebungen eine etwas negativere Bewertung erhält. 30,81 % waren vollständig informiert (2018: 36,2 %; 2015 34,6 %). 40,76 % fühlten sich einigermaßen informiert (2018: 38,5 %; 2015: 41,0 %). Teilweise informiert fühlten sich 13,98 % (2018: 10,0 %; 2015: 14,7 %). Am negativen Ende der Skala berichteten kumuliert 12,80 % darüber, dass sie eher nicht bzw. nicht informiert gewesen seien (2018:12,6 %; 2015: 8,90 %). Die größte Veränderung fand bei den vollständig informierten Befragten statt. Hier gab es eine Veränderung von mehr als fünf Prozent.

Abb. 14: Wussten Sie darüber Bescheid, wie die weitere organisationsinterne Bearbeitung verläuft (z.B. Fristen, Termine) nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten?



**Abb. 15: Wussten Sie darüber Bescheid, wie die weitere organisationsinterne Bearbeitung verläuft (z.B. Fristen, Termine) nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten? (Trend 2018 - 2021)**



Ein wichtiger Aspekt für zukünftige Partner:innen ist im Zusammenhang mit der potenziellen Förderung auch der Aufwand für eine Förderung. Wir haben deshalb die Partner:innen der VolkswagenStiftung gebeten, sowohl den Aufwand bis zur Einreichung eines Antrages zu bewerten als auch den administrativen Aufwand im Projekt nach einer Bewilligung.

**Abb. 16: Empfinden Sie den Aufwand bis zur endgültigen Einreichung des Antrages als angemessen?**

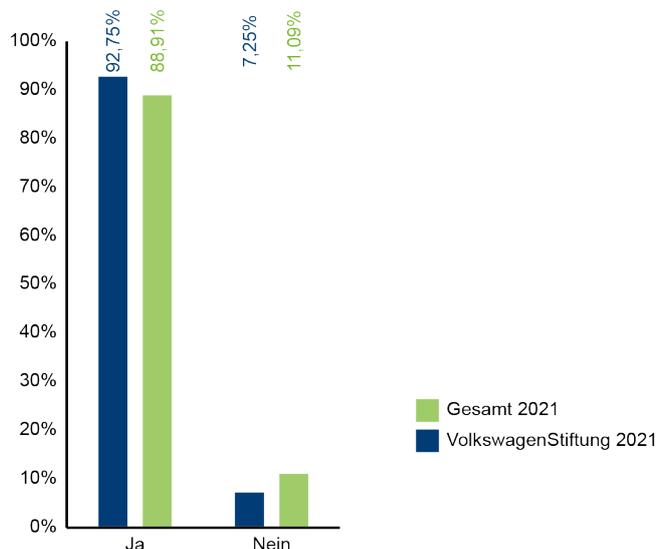
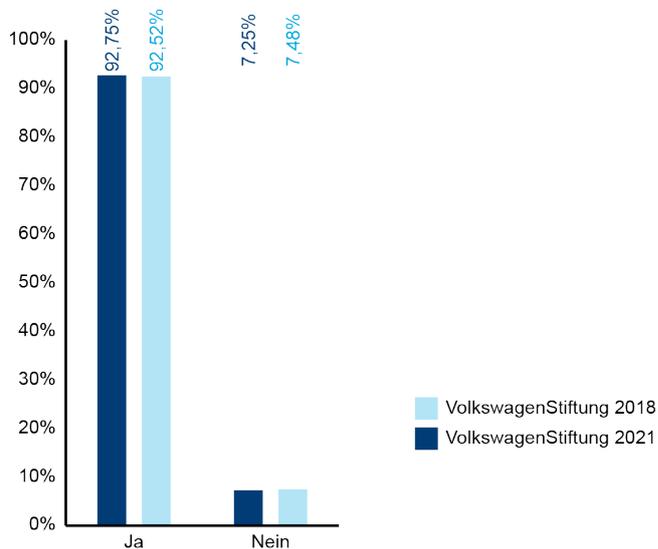


Abb. 17: Empfinden Sie den Aufwand bis zur endgültigen Einreichung des Antrages als angemessen? (Trend 2018 - 2021)



92,75 % empfanden den Aufwand bis zur endgültigen Einreichung des Antrages als angemessen. Innerhalb des Projektes wurde der administrative Aufwand von 37,57 % mit der Note sehr gut – gleichbedeutend mit geringem und angemessenem administrativen Aufwand - bewertet. 43,35 % schätzen den Aufwand als gut ein. Für 12,72 % ist der Aufwand lediglich befriedigend und insgesamt 1,45 % stuften den Aufwand als negativ (ausreichend bzw. mangelhaft) ein. Betrachtet man die kumulierte Summe der Ergebnisse mit sehr gut und gut, reiht sich die VolkswagenStiftung hier im Mittelfeld im Vergleich zu den anderen Stiftungen ein. Im Trendvergleich ist ein minimaler Anstieg bei der Bestnote zu verzeichnen. Der höchste Anstieg ist bei der Vergabe der guten Bewertungen im Vergleich zu 2018 zu sehen. Nimmt man die Daten aus der Erhebung von 2012, ist eine starke Verschiebung zu Gunsten der Bestnote zu verzeichnen und somit auch die hohe Zahl bei der Note gut im Jahr 2015 noch besser zu erklären. Die VolkswagenStiftung konnte zugleich im Trendvergleich die schlechten Bewertungen weiter minimieren und so einen insgesamt positiven Trend verzeichnen.

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

Abb. 18: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand für das Projekt?

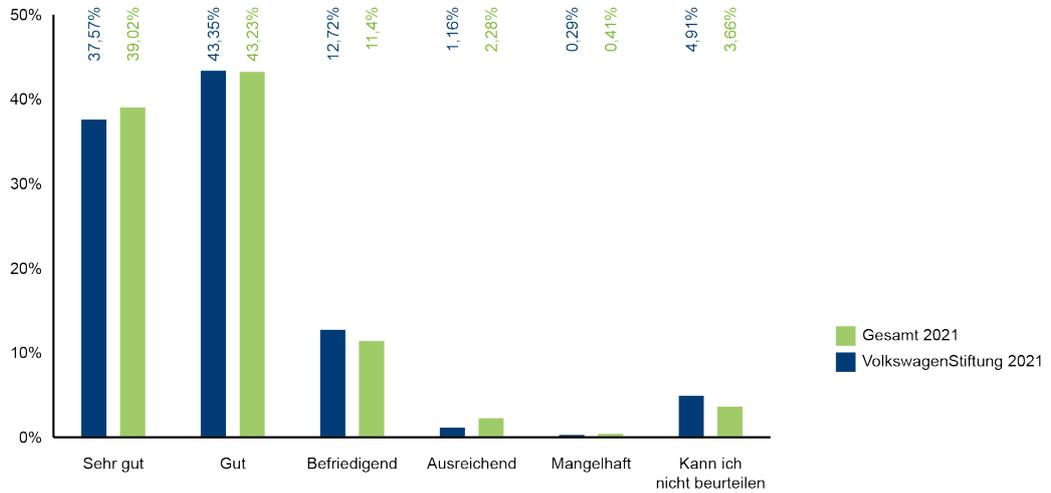
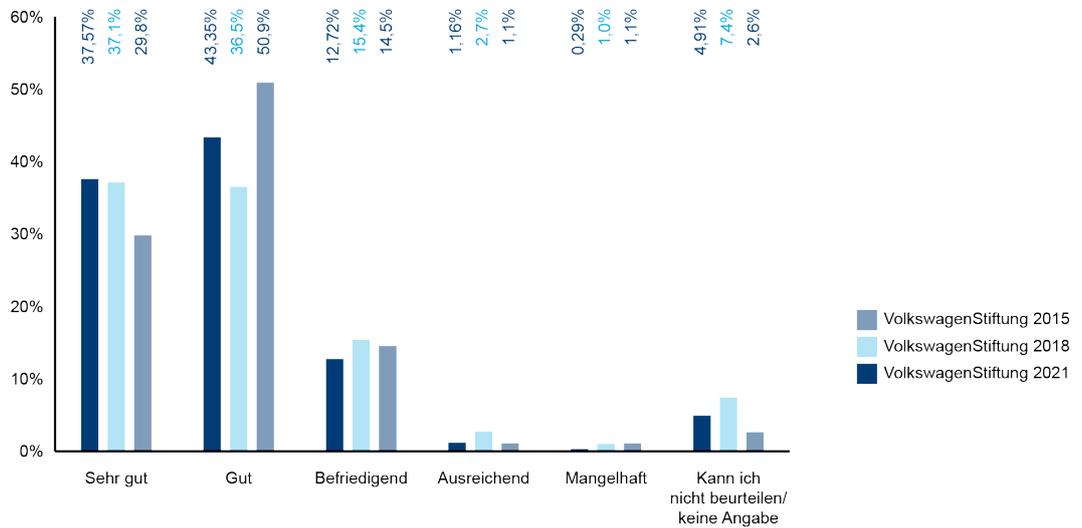


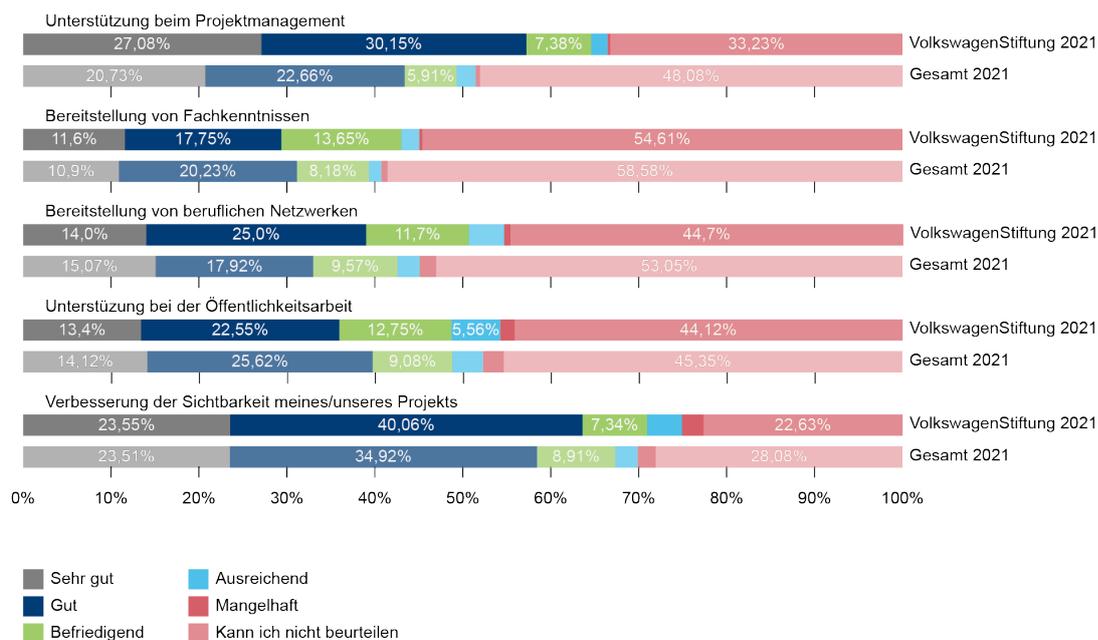
Abb. 19: Wie bewerten Sie den administrativen Aufwand für das Projekt? (Trend 2015 - 2021)



### IV. Beiträge zum Capacity Building

Unterstützung von Stiftungen für ihre Partner:innen ist nicht ausschließlich auf monetäre Förderung begrenzt. Eine ganzheitliche Förderung schließt auch die Entwicklung von Fähigkeiten und Kompetenzen der Partner:innen mit ein. In den Learning from Partners Erhebungen stellt das Capacity Building eine eigenständige Dimension dar, um weiterführende Effekte für die Partner:innen durch eine Förderung feststellen zu können. Mit Hilfe der Ergebnisse können Stiftungen intendierte und nicht intendierte Effekte sichtbar machen, neue Angebote schaffen oder bestehende Angebote justieren. Konkret wurden die Partner:innen um ihre Einschätzung zur Unterstützung beim Projektmanagement, zur Bereitstellung von Fachkenntnissen und Netzwerken, sowie zu Hilfestellungen oder Synergien im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gebeten.

Abb. 20: Wie bewerten Sie die folgenden Unterstützungsangebote der VolkswagenStiftung?



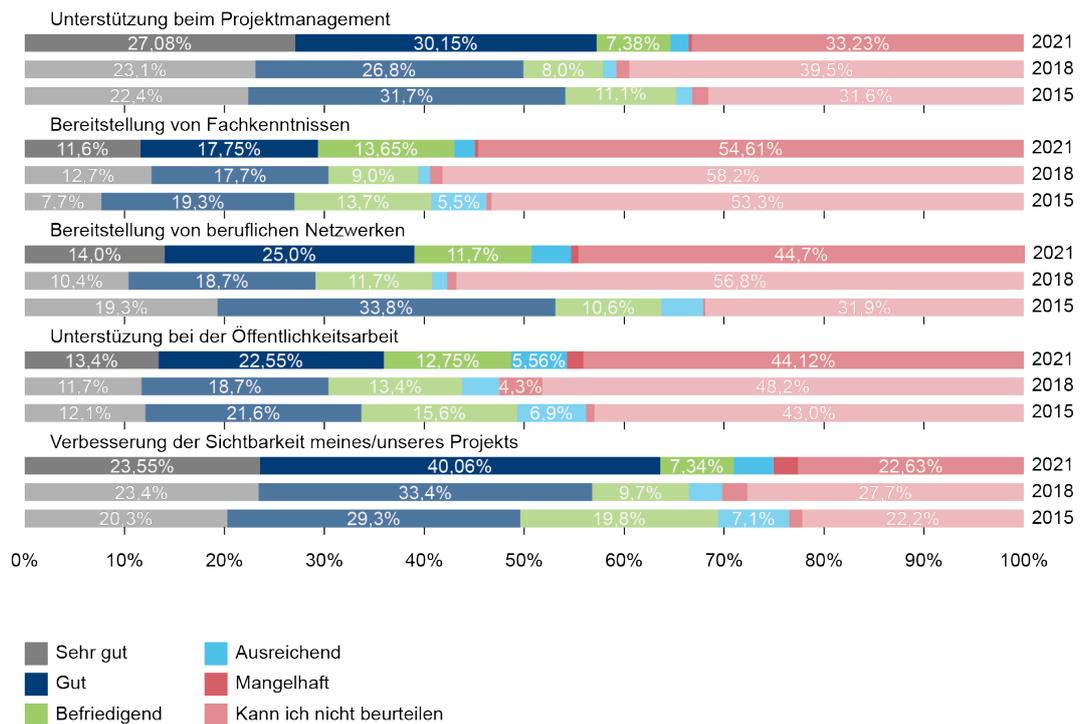
Für die Förderphase wurden die Partner:innen gebeten, verschiedene Formen der Unterstützung seitens der VolkswagenStiftung zu bewerten. Die Befragten bewerteten insgesamt die verbesserte Sichtbarkeit des Projekts durch eine Förderung der VolkswagenStiftung als größte Unterstützung. 63,61 % der Befragten gaben hier eine sehr gute bzw. gute Note. Damit rangiert die erhöhte Sichtbarkeit auf dem ersten Platz. Knapp dahinter reiht sich die Unterstützung im Projektmanagement seitens der VolkswagenStiftung mit kumulierten 57,23 % ein. Beide Unterstützungsangebote waren auch schon zuvor von den Teilnehmer:innen früherer Erhebungen ganz oben eingeordnet worden. Bei der Bereitstellung von Fachkenntnissen gab es ein sehr unterschiedliches Bild inklusiver hoher Nicht-Beurteilung von 54,61 %. 11,60 % gaben hier eine sehr gute Note, 17,75 % eine gute Note. Mit 13,65 % bewerteten die Befragten dieses Unterstützungsangebot mit befriedigend. Der höchste Wert bei dieser Frage der Volks-

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

wagenStiftung. Für eine wissenschaftsfördernde Stiftung ist dies kein überraschendes Ergebnis, die Fachkenntnis wird von Gutachtenden oder Kolleg:innen erwartet, weniger von der Stiftung und ihren Mitarbeiter:innen. Im Trendvergleich gab es jedoch keine wesentlichen Verschiebungen.

Zusammenfassend kann man von einer deutlichen Steigerung in der Unterstützung beim Projektmanagement sprechen. Hier gab eine positive Veränderung von 13,71 % im Vergleich zu 2018. Bei der Bereitstellung von beruflichen Netzwerken gab es ebenso eine deutliche Verbesserung um 9,90 %. Es ergibt sich im Großen und Ganzen eine positive Tendenz in den wichtigsten Unterstützungsangeboten, die von den Partner:innen der VolkswagenStiftung geschätzt werden, auch wenn durchschnittlich fast 40% der Befragten jeweils kein Urteil abgaben.

Abb. 21: Wie bewerten Sie die folgenden Unterstützungsangebote der VolkswagenStiftung? (Trend 2015 - 2021)



Das Interesse im nächsten Frageblock zu Capacity Building galt den weiterführenden Unterstützungsangeboten, die über die zuvor genannten hinausgingen. Dazu wurden ebenfalls nur geförderte Partner:innen befragt. Abermals erzielte das Item Förderung der Kompetenzentwicklung den höchsten Wert unter den Befragten und konnte eine Steigerung von fast fünf Prozent im Vergleich zu 2018 erzielen. An zweiter Stelle geben mit jeweils 41,06 % der Partner:innen an, dass die VolkswagenStiftung sowohl die persönliche Entwicklung ermöglichte als auch eine willkommene Plattform für den Austausch mit anderen Partner:innen oder der Öffentlichkeit biete. Alle drei genannten Unterstützungsangebote fallen überdurchschnittlich aus. Bei der Vermittlung von Kontakten zu interessanten Partnern ist ein Rückgang von 4,51 % auf 29,89 % zu verzeichnen. Die übrigen Unterstützungsangebote finden sich mehr oder weniger unverändert wieder. Es zeigt sich, dass die wichtigsten Unterstützungsangebote über Zeit weiter an Gewicht gewonnen haben. Sowohl die eigene Kompetenzentwicklung bzw. persönliche Weiterentwicklung stehen im Vordergrund als auch die Möglichkeit des Austausches aufgrund einer Förderung durch die VolkswagenStiftung.

Abb. 22: Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die VolkswagenStiftung ermöglicht?

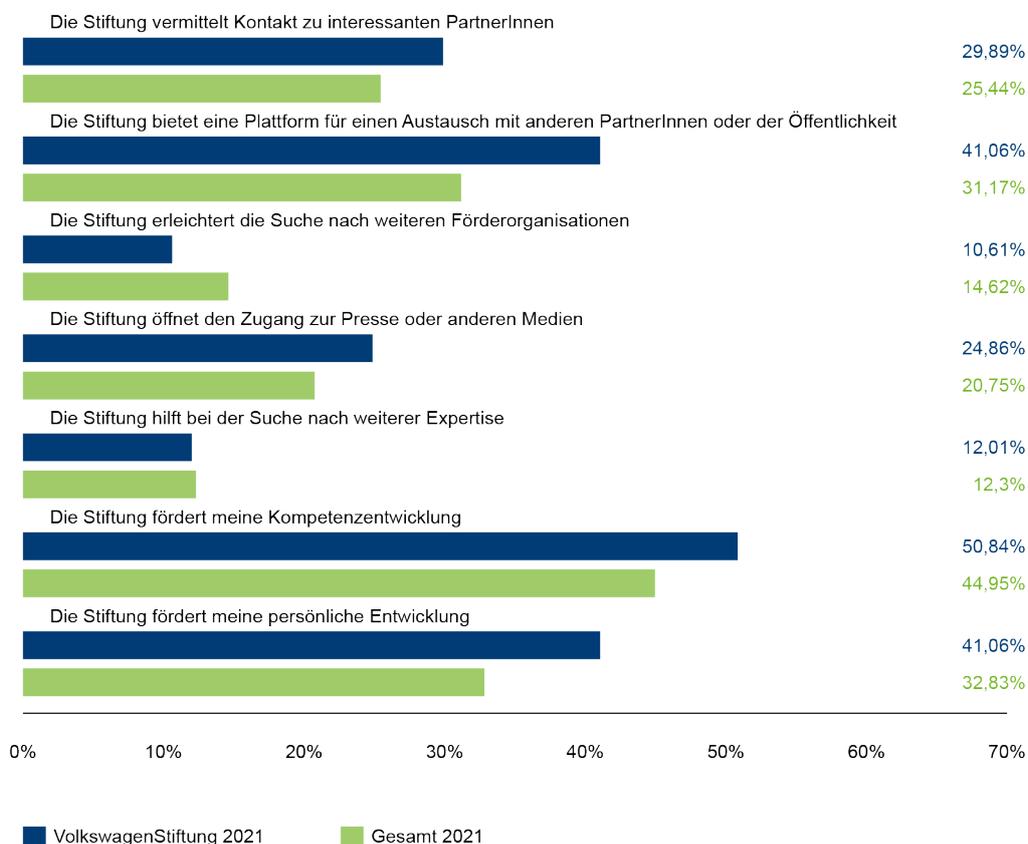
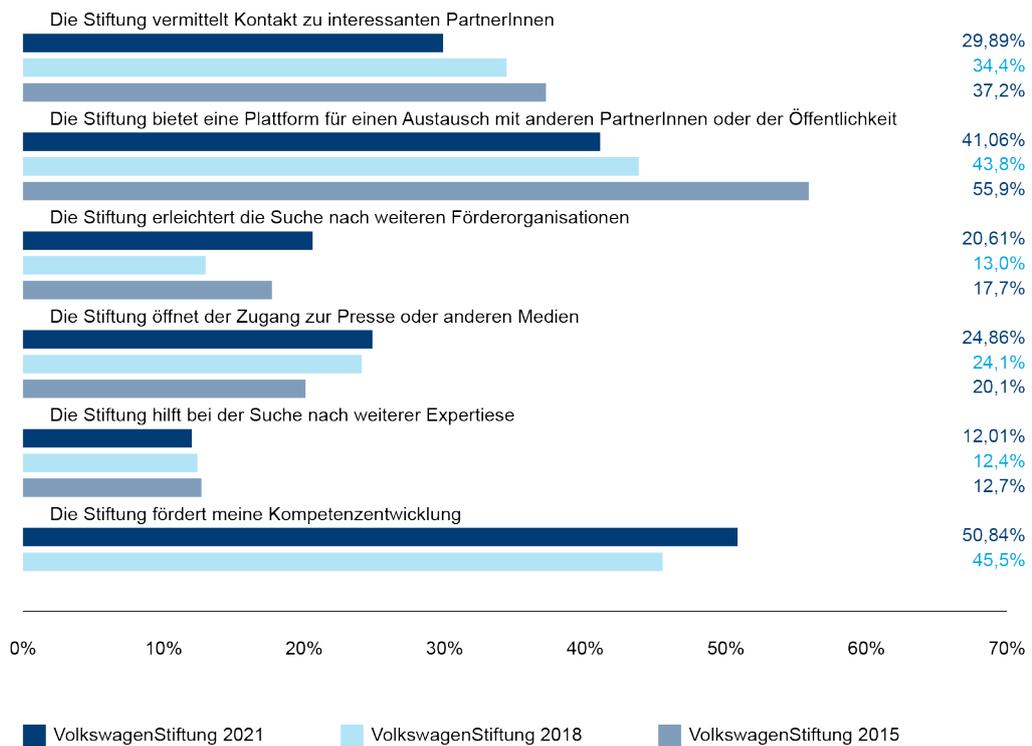


Abb. 23: Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die VolkswagenStiftung ermöglicht? (Trend 2015 - 2021)



Die anschließende Frage aus dem Bereich des Capacity Building zielt auf weitere Effekte aufgrund einer Partnerschaft mit der VolkswagenStiftung ab. Erneut platziert sich die Reputationssteigerung der Partner:innen durch eine Förderung der VolkswagenStiftung an erster Stelle. Mit 68,44 % gaben dies die Befragten an. 2018 waren es noch ein wenig mehr mit 70,6 %. Analog zu den Ergebnissen der vorherigen Wellen erzielt die Verbesserung der Fähigkeiten, neue Projekte zu entwickeln mit 56,98 % einen zweiten Platz (2018: 53,2 %; 2015; 55,4 %). An dritter Stelle wurde mit 55,03 % die persönliche Weiterentwicklung als positiver Effekt genannt. An vierter Stelle, und im Vergleich zu 2018, weiter oben eingeordnet, wurde der Effekt der Vergrößerung des eigenen Kontaktnetzwerkes genannt. Während 2018 38,9 % der Befragten diesen Effekt verspürten, gaben dies in dieser Erhebung 49,44 % der Befragten an.

Innerhalb des Samples konnte die VolkswagenStiftung überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen und sich bei einigen Effekten verbessern. Insgesamt ist jedoch festzuhalten, dass die Reputationssteigerung durch die Förderung der VolkswagenStiftung durchgängig über alle Wellen hinweg als der ausschlaggebende Effekt für die Partner:innen der Stiftung gilt. Hinzu kommt die Entwicklung der eigenen Fähigkeit, Projekte durchzuführen.

Abb. 24: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit über die Förderung hinaus ergeben?

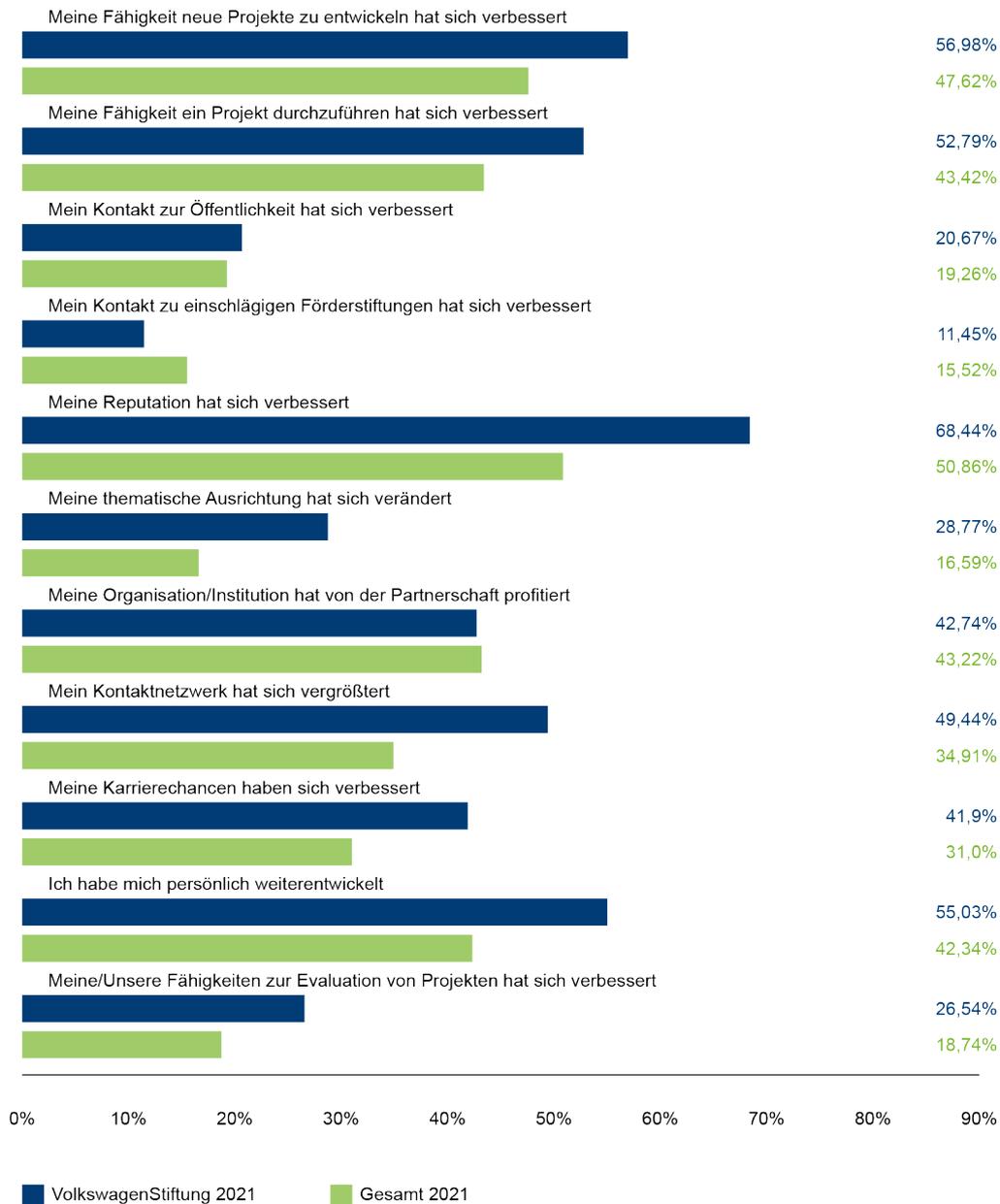
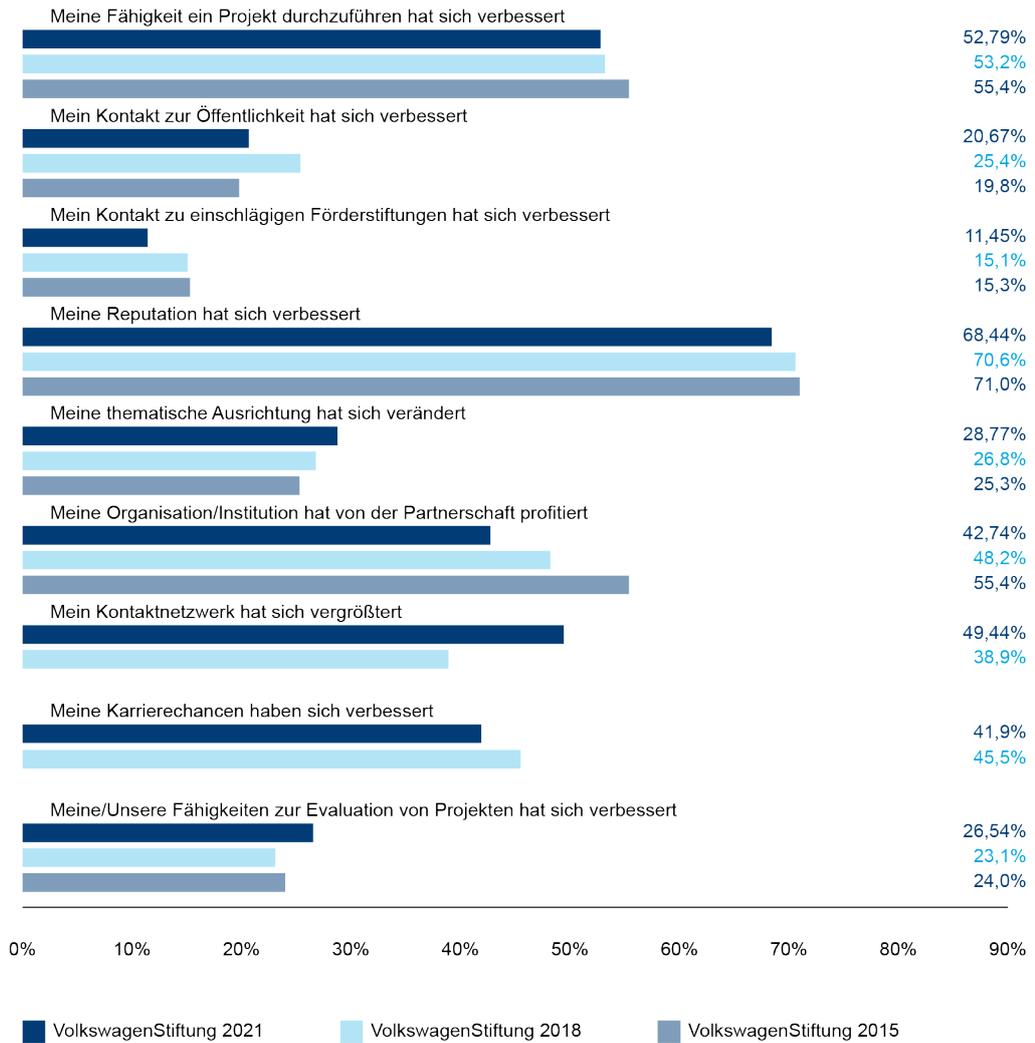


Abb. 25: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit über die Förderung hinaus ergeben? (Trend 2015 - 2021)



### V. Zur Wahrnehmung der Stiftung

Zur Wahrnehmung der eigenen Stiftung ist es wichtig, die Wege der Partner:innen hin zu einer Förderung zu kennen. Mit der ersten Frage in der Erhebung werden die Partner:innen gefragt, wie sie auf die jeweilige Stiftung aufmerksam wurden. Wie bereits in den vorherigen Wellen zeigt sich, dass die VolkswagenStiftung in ihrem eigenen Bereich als Förderin etabliert und bekannt ist. Für 49,53 % ist die VolkswagenStiftung als Förderin im eigenen Bereich bereits bekannt. 49,29 % hingegen gaben an, die VolkswagenStiftung aufgrund einer Empfehlung im beruflichen Umfeld als Stiftung ausgewählt zu haben. Im Trendvergleich spielen beide Aspekte in den Wellen eine mehr oder weniger gleichbleibende Rolle. Es lässt sich feststellen, dass diese die beiden traditionellen Wege hin zu einer potenziellen Partnerschaft sind. Dies ist nicht zuletzt in Verbindung mit der Historie der VolkswagenStiftung vor dem Hintergrund der Wissenschaftsförderung in Deutschland zu sehen. Traditionelle Medien hingegen, zuletzt noch mit 6,9 % in 2018 und 7,4 % in 2015 angegeben, spielen eine unbedeutendere Rolle mit 1,87 %. Nur 1,40 % der Befragten gaben an, auch über die Sozialen Medien auf die VolkswagenStiftung aufmerksam geworden zu sein. Hinzu kommen 27,93 %, das ist der Spitzenwert im Sample, die das Internet (hier Website etc.) als Antwort gaben. Eine bereits zuvor vorhandene Förderung wurde von 18,08 % angegeben und ist auch im Trendvergleich relativ stabil (2018: 17,4 %; 2015: 17,6 %).

Abb. 26: Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der VolkswagenStiftung aufmerksam geworden?

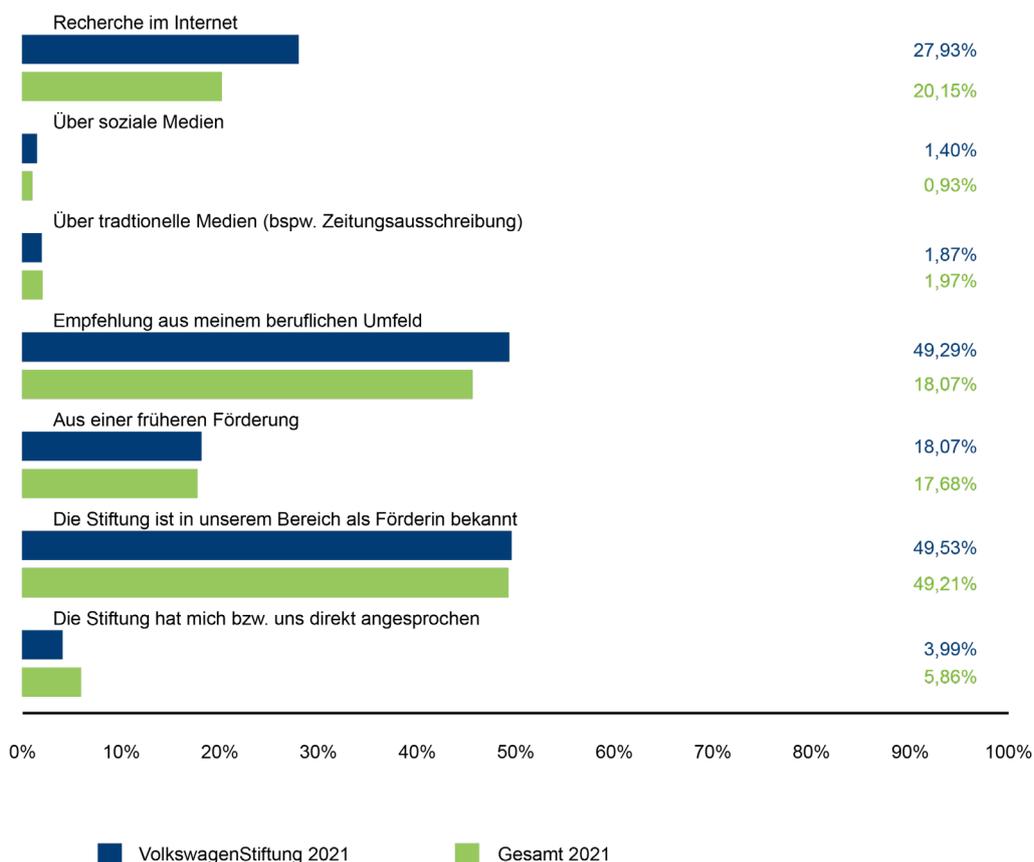
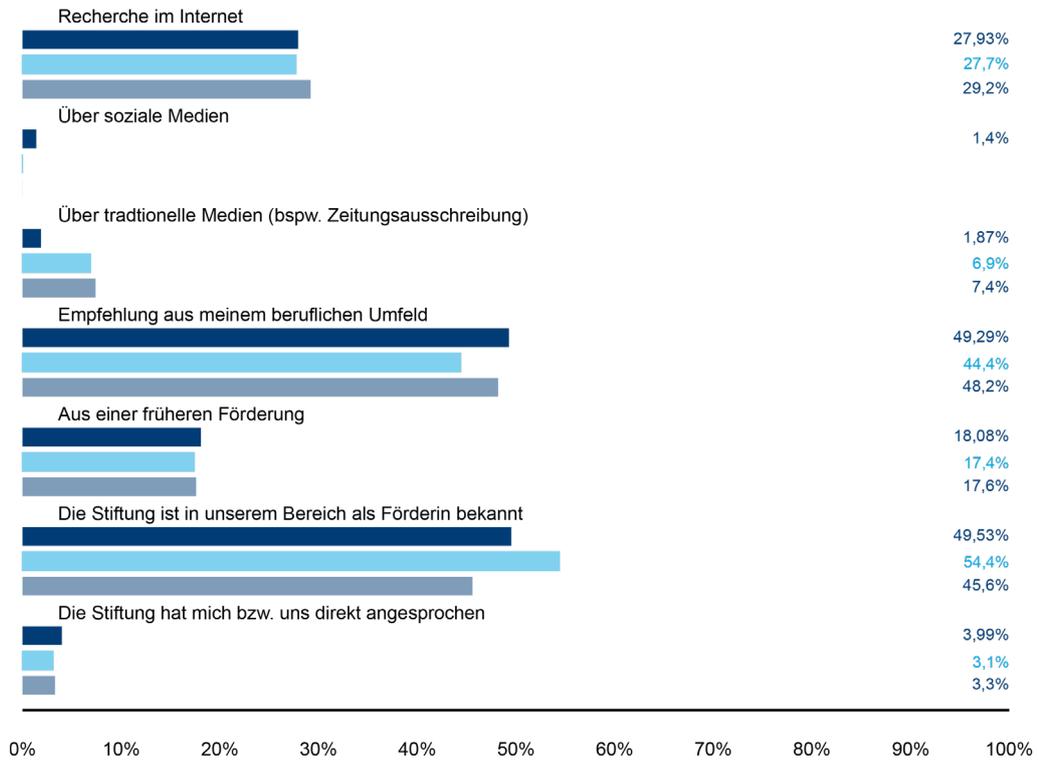


Abb. 27: Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der VolkswagenStiftung aufmerksam geworden? (Trend 2015 - 2021)



Eine wichtige Frage für die hier beschriebene Dimension ist die Wahrnehmung der Stiftung durch die Partner:innen und Antragsteller:innen. Stiftungen als privilegierte Institutionen in der Gesellschaft sind auf Akzeptanz, Legitimität und Unterstützung von gesellschaftlichen Gruppen angewiesen. Eigenschaften wie Verlässlichkeit, Renommee und Innovationsfähigkeit spielen dabei eine entscheidende Rolle. Betrachtet man die Ergebnisse der letzten beiden Wellen 2015 und 2018, sind diese Eigenschaften immer wieder stark in den Vordergrund getreten. Auch in diesem Jahr zeichnet sich das Bild ähnlich ab. Die VolkswagenStiftung wird, wie schon in den vorherigen Wellen, als hoch renommiert, anspruchsvoll und innovativ gesehen. Mit kumulierten 90,85 % bei den Antworten trifft zu und trifft etwas zu, sehen die Befragten ein sehr hohes und überdurchschnittliches Renommee im Vergleich zum Gesamtstichprobe. Weitere 88,26 % bestätigen den hohen Anspruch der VolkswagenStiftung in ihrer Fördertätigkeit. Damit erreicht sie den dritten Platz im Gesamtstichprobe. Auf den dritten Platz und im Unterschied zu den vorherigen Erhebungen, findet sich mit 87,09 % die Einschätzung, dass die VolkswagenStiftung hohe Innovationskraft besitzt. 2018 war diese Eigenschaft mit 82,50 % repräsentiert. Verlässlichkeit rangiert demnach auf Platz vier mit kumulierten 83,10 % und einer Steigerung um 3,2 % zu 2018. Das verfolgen von klaren Zielen wird mit kumulierten 81,82 % bewertet. Auch hier gab es eine Steigerung um 5,52 % gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2018. Den niedrigsten Wert erzielt die Volks-

wagenStiftung in der Eigenschaft der Flexibilität. 50,65 % und damit einen Verlust von 8,25 % zu 2018 müssen hier verzeichnet werden. Im langfristigen Trend von 2015 bis 2018 sieht man eine Wellenbewegung und die Flexibilität ließ nach. Mit 74,02 % konnte sich die VolkswagenStiftung allerdings bei der Transparenz eine stetige Steigerung erarbeiten. Besonders positiv ist den Befragten die Innovationskraft der VolkswagenStiftung aufgefallen:

*„Ich finde die zeitgemäßen und zugleich innovativen Themen, die die Stiftung ausschreibt, einfach sehr wichtig und gelungen! Mein erstes bewilligtes Projekt, das die Volkswagen Stiftung gefördert hat, wäre nie bei der DFG durchgegangen (weil zu innovativ...) und es hatte großen Erfolg und umfassendes Medienecho im Fernsehen sowie sogar Rückmeldung aus der Politik. Ich finde die Volkswagen Stiftung hier einfach sehr viel offener für neue Wege als die DFG und einen Vorreiter, wie man in Zukunft Drittmittelprojekte ausschreibt (z.B. kurze Vorträge, dann Hauptanträge; interdisziplinäre Evaluationsgremien etc.). Ich bin und bleibe von der Stiftung, ihren Visionen und Herangehensweisen begeistert.“*

Abb. 28: Die VolkswagenStiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die ...

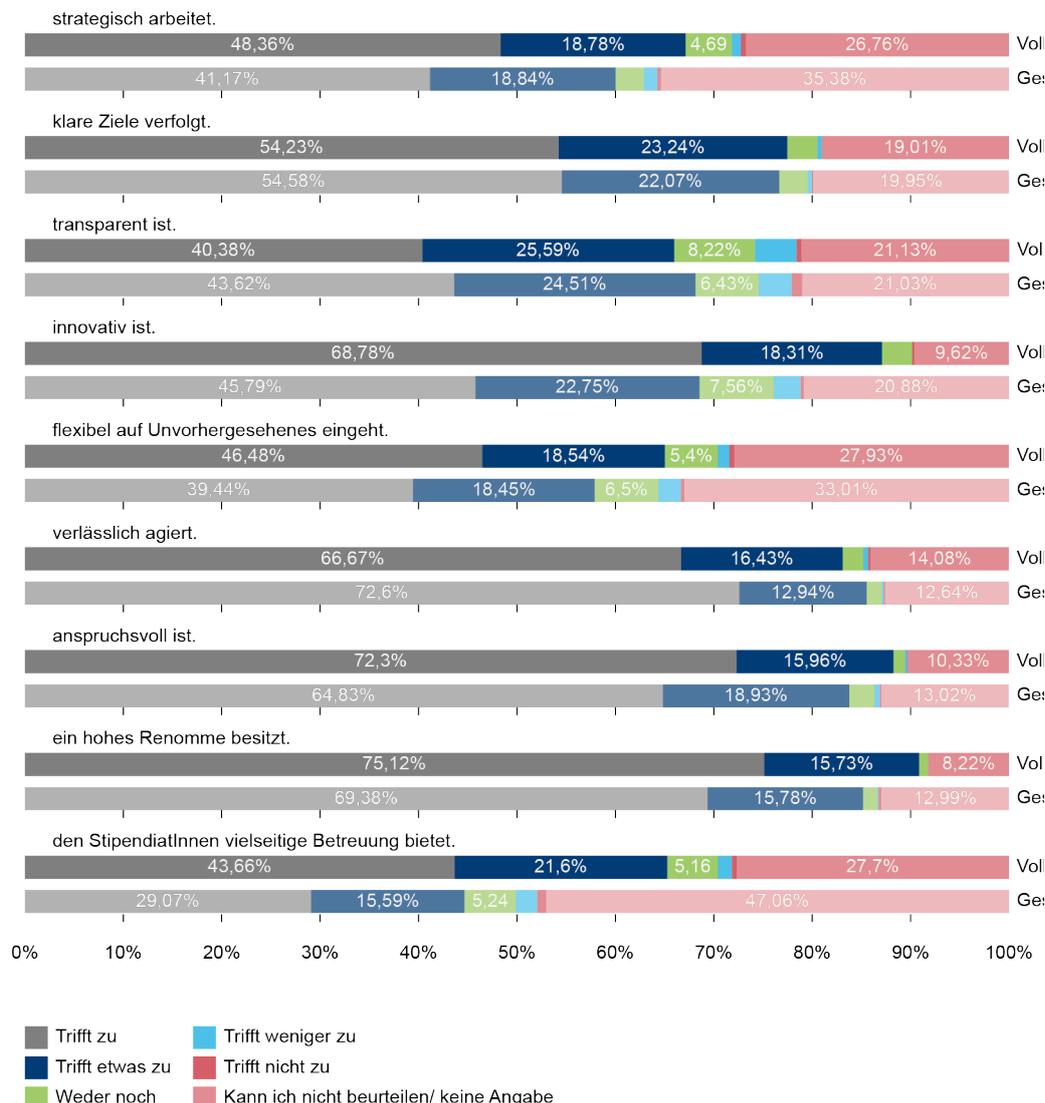
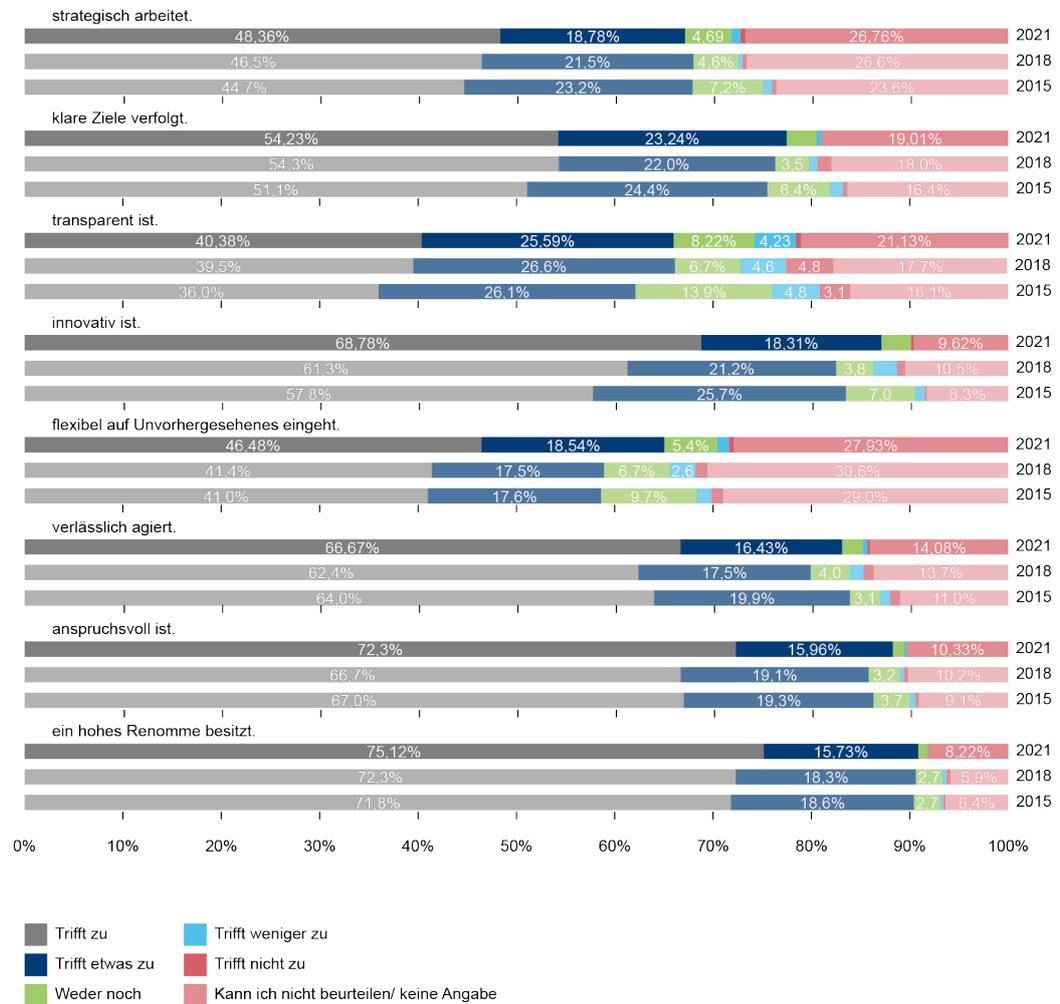


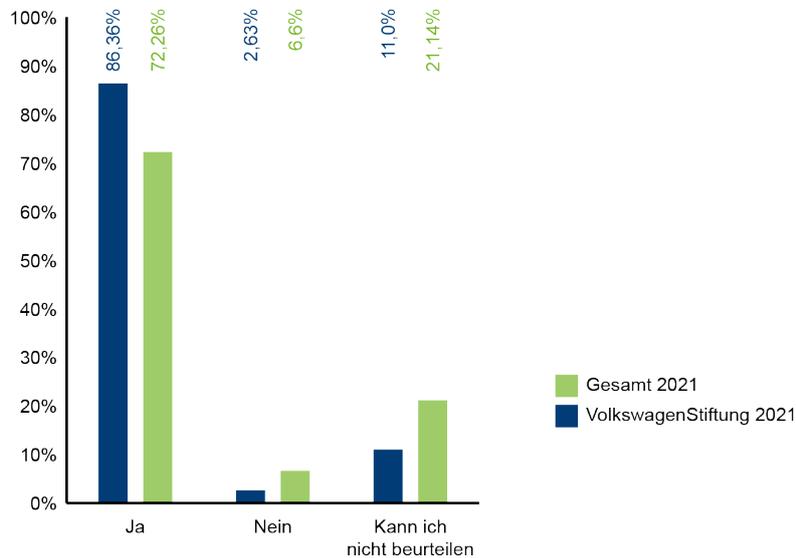
Abb. 29: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die ...  
(Trend 2015 - 2021)



Wie die meisten Stiftungen erreicht auch die VolkswagenStiftung hohe Werte auf den ersten drei Attributen: Renomé, Anspruch und Verlässlichkeit. Bei den anderen Stiftungen werden aber Innovation, Flexibilität und Transparenz deutlich schwächer bewertet, bei der VolkswagenStiftung gilt dies nur für Flexibilität und Transparenz. Jeweils grob zwei Drittel der Partner sehen diese für die VolkswagenStiftung als vorhanden. Innovativität hingegen erhält über 85 % zustimmende Antworten.

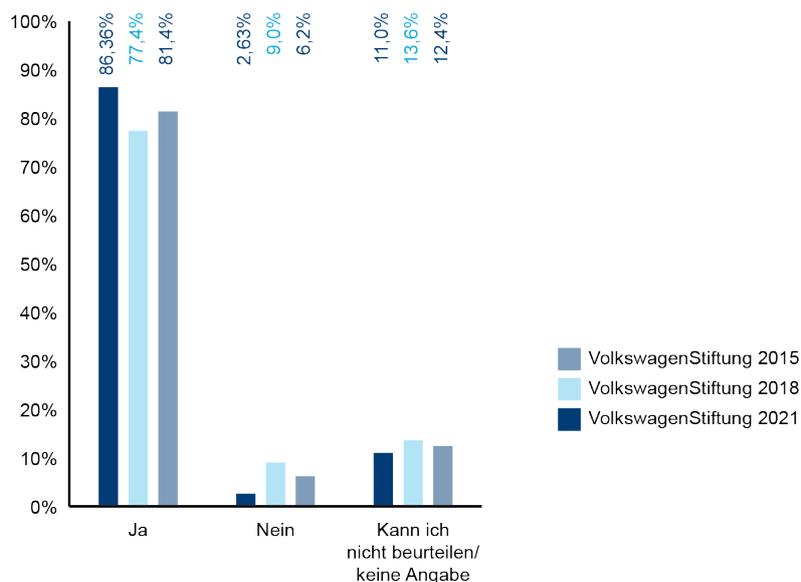
Zusammenhängend mit dem Ruf der Stiftung geben die Partner in der Anschlussfrage an, ob eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis im eigenen Tätigkeitsfeld bzw. der eigenen Fachcommunity gelte. Dies bejahen 86,36 % der Partner\*innen der VolkswagenStiftung. Lediglich 2,63 % verneinen diese Frage. 11,0 % können den Sachverhalt nicht beurteilen. In der Gesamtbetrachtung der Welle zeigt sich ein deutlich anderes Bild. Die Volkswagenstiftung liegt hier deutlich über dem Durchschnitt der anderen Stiftungen. Bemerkenswert ist dabei, dass die Partner\*innen der anderen Stiftungen bei Antwortmöglichkeit „Nein“ und „Kann ich nicht beurteilen mit ca. doppelt so vielen Antworten zugestimmt haben, wie bei der VolkswagenStiftung. Die VolkswagenStiftung hebt sich so also deutlich ab und wird in der Fachcommunity als außerordentlich renommierte Stiftung wahrgenommen.

Abb. 30: Gilt eine Förderung durch die VolkswagenStiftung als Qualitätsnachweis innerhalb Ihres Tätigkeitsfeldes / Ihrer Fachcommunity?



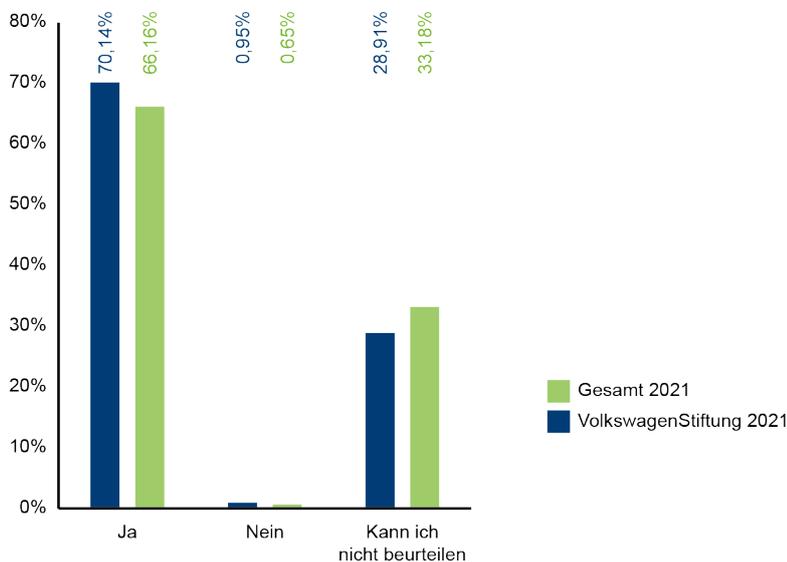
Im direkten Vergleich mit den Ergebnissen aus den anderen Erhebungswellen, zeigt sich, dass die VolkswagenStiftung hier wieder deutlich an Renomé gewinnen konnte. Lag der Wert der Antwortmöglichkeit „Ja“ 2018 noch bei 77,4%, so konnte dieser Wert dieses Mal auf ganze 86,36% gesteigert werden. Entsprechend ist eine Abnahme in den Werten der beiden anderen Möglichkeiten zu verzeichnen.

Abb. 31: Gilt eine Förderung durch die VolkswagenStiftung als Qualitätsnachweis innerhalb Ihres Tätigkeitsfeldes / Ihrer Fachcommunity? (Trend 2015 - 2021)



Von Interesse ist in diesem Zusammenhang ebenfalls, ob der Arbeit der VolkswagenStiftung eine gesellschaftliche Wirkung zugeschrieben und ob diese von den Partner\*innen wahrgenommen wird. 70,14% % der befragten Partner attestieren den Projekten der VolkswagenStiftung eine gesellschaftliche Wirksamkeit. Dabei verhält sich die VolkswagenStiftung im Gesamtvergleich ungefähr durchschnittlich. Unter ein Prozent der Befragten erkennen die gesellschaftliche Wirkung der VolkswagenStiftung nicht, jedoch können 28,91% diese Frage nicht beurteilen.

**Abb. 32: Sehen Sie die Stiftung als eine Akteurin, deren Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt?**



Auch fällt der Wert deutlich besser aus als bei der Befragung von 2018 (65,6 %). 5,6 % der antwortenden Partner erkannten 2018 keine gesellschaftliche Wirkung wohin gehend dieser Wert im diesjährigen Sample besonders klein war mit 0,95%. Der Wert für die Antwortmöglichkeit „Kann ich nicht beurteilen“ ist zusätzlich ca. gleich geblieben. Der VolkswagenStiftung wird also zunehmend gesellschaftliche Wirkung zugeschrieben.

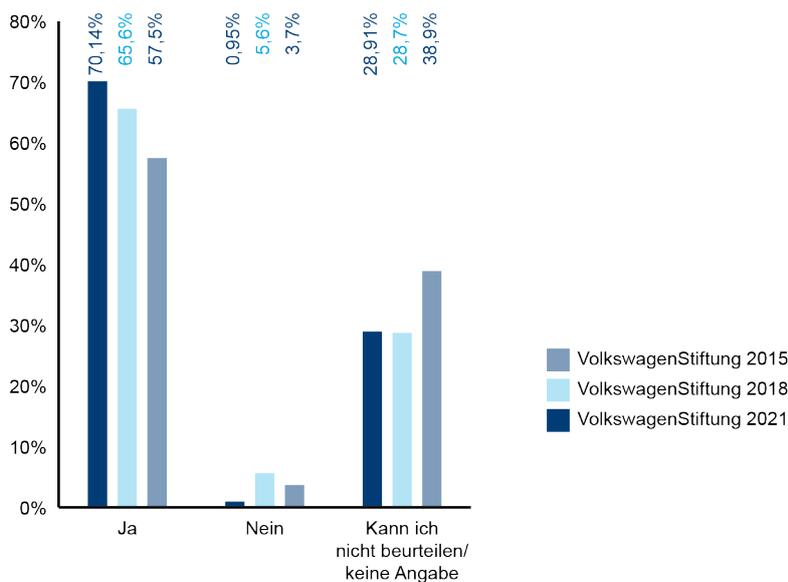
In den qualitativen Angaben zu dieser Frage verbanden viele Partner die Wirkung mit den innovativen Förderansätzen und Angeboten der Stiftung. Besonders die interdisziplinäre Förderung wird hier gelobt:

*„Interdisziplinäre Projekte werden hier eher gefördert, so entwickeln sich neue Formen der Zusammenarbeit und neue Lösungswege, die in Gesellschaft zurückwirken. Gute Kommunikation origineller Ansätze in die Gesellschaft hinein.“*

„Die VolkswagenStiftung war in den letzten Jahren wesentlich innovativer und offener als andere Stiftungen was neue Themen, neue Formen des Zusammenarbeitens, Interdisziplinarität (zwischen Geistes- und Naturwissenschaften) und die Öffnung der akademischen Landschaft für die Praxis betrifft. Damit war sie Vorreiterin einer Entwicklung, die sich nach und nach auch an den Universitäten abzeichnet.“

„Die VW-Stiftung ist eine der wenigen Institutionen, die mein Feld (Kultur- und Geisteswissenschaft) dort fördert, wo experimentelle, gegenwartsbezogene und interdisziplinäre Ansätze wichtig sind. Allein das – Infrastrukturen jenseits der Fächerkunde von Universitäten und DFG – entfaltet eine große Wirkung: anderes Wissen zu Gesellschaft, Geschichte und Gegenwart wird möglich. Nach meiner Ansicht kann es nicht genug davon geben, und sich auch gerne auf die Forschung und Lehre an den Universitäten auswirken.“

Abb. 33: Sehen Sie die Stiftung als eine Akteurin, deren Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt? (Trend 2015 - 2021)



## VI. Zur Transparenz der Stiftung

Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen zu ermöglichen und stiftungsinterne Entscheidungsprozesse so transparent wie möglich zu gestalten ist für die Akzeptanz von Stiftungen und deren Fördertätigkeit wesentlich. Transparenz fördert zudem die Legitimität von Entscheidungsträgern und -institutionen. Im Rahmen der Erhebung wurden mehrere Fragen an unterschiedlichen Stellen des Fragebogens positioniert, um eine Rückmeldung der Befragten zu diesem Thema einholen zu können.

Die Frage, ob man darüber informiert war, wie die Entscheidung über den eigenen Antrag zustande kam, wurde allen Partner:innen und Antragsteller:innen für die Phase der Antragstellung gestellt. Die größte Gruppe der Befragten mit 43,88 % gaben an, überwiegend über die Entscheidung informiert gewesen zu sein. Dieser Wert orientiert sich an den Werten der vorherigen Wellen und verzeichnet eine leichte Steigerung. 19,42 % gaben an, vollständig informiert gewesen zu sein. Hier schneidet die VolkswagenStiftung im Gesamtsample unterdurchschnittlich ab. Auch mit Blick auf den Trendvergleich zeigt sich, dass weniger Befragte sich vollständig informiert fühlten (2018: 22,1 %; 2015: 24,6 %). Die große Verschiebung fand demnach bei der Gruppe der teilweise informierten statt und schmälerte den Wert der vollständig Informierten. Einen minimalen Anstieg von 0,53 % gab es bei den Partner:innen, die sich eher nicht informiert sahen. 11,99 % und damit leicht gesunken, fühlten sich nicht informiert. Insgesamt ist die Informationspolitik der Stiftung hinsichtlich der Antragsentscheidung eher durchwachsen zu sehen. Zwar gab es Zuwächse bei den überwiegend informierten, jedoch verschob sich dies zu Ungunsten der vollständig informierten.

**Abb. 34: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam?**

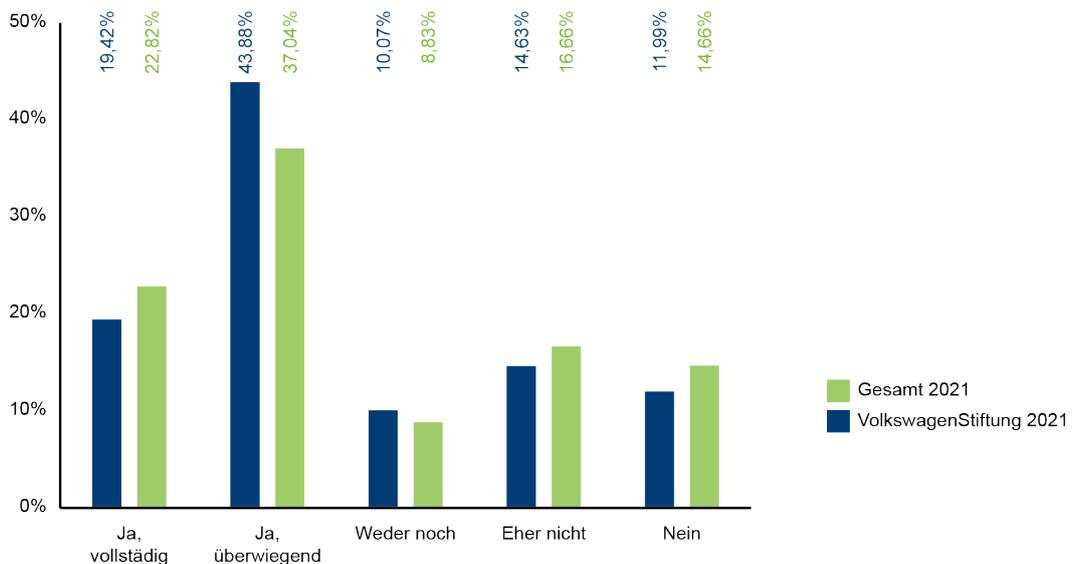
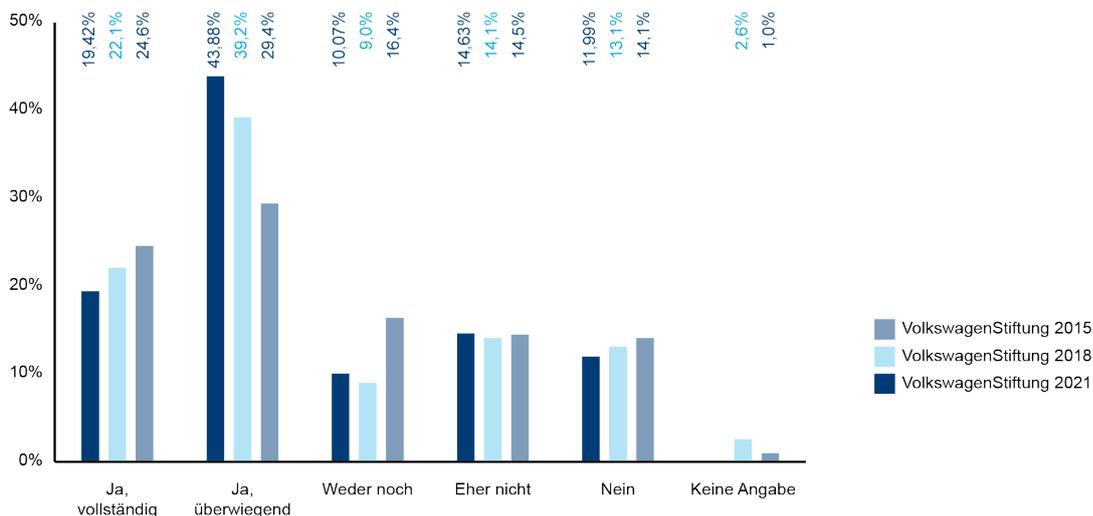


Abb. 35: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam? (Trend 2015 - 2021)



Weiter wurde nach der Einschätzung der Transparenz der Entscheidungsprozesse durch die bewilligten Partner:innen insgesamt gefragt. Bei dieser Frage konnten die VolkswagenStiftung insgesamt überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen. Ebenso war die Anzahl derjenigen, die keine Angaben machten, im Vergleich zum Sample mit 4,97 % überdurchschnittlich gut. 36,26 % vergaben die Note sehr gut sowie 38,60 % die Note gut. Beide Ergebnisse liegen jeweils über den Durchschnitt der Ergebnisse des Gesamtsamples. Bei der Wertung mit der Note sehr gut konnte das Ergebnis aus dem Jahr 2018 um 6,46 % verbessert werden. Dies schlägt sich mit einem etwas niedrigeren Wert im Vergleich zu 2018 nieder. Eine deutliche Verbesserung gab es insbesondere bei den negativen Bewertungen. 0,58 % vergaben die Note mangelhaft (2018: 2,7 %; 2015: 2,7 %). Als ausreichend bewerteten 2,63 % die Transparenz der Entscheidungsprozesse (2018: 5,0 %; 2015: 5,5 %). Im Trendvergleich wurde ein etwas höherer Wert bei der Vergabe der Note befriedigend erreicht. 16,96 % gaben diese Note in der aktuellen Erhebung (2018: 14,7 %; 2015: 17,2 %).

F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

Abb. 36: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse bezüglich Ihrer Partnerschaft zur VolkswagenStiftung?

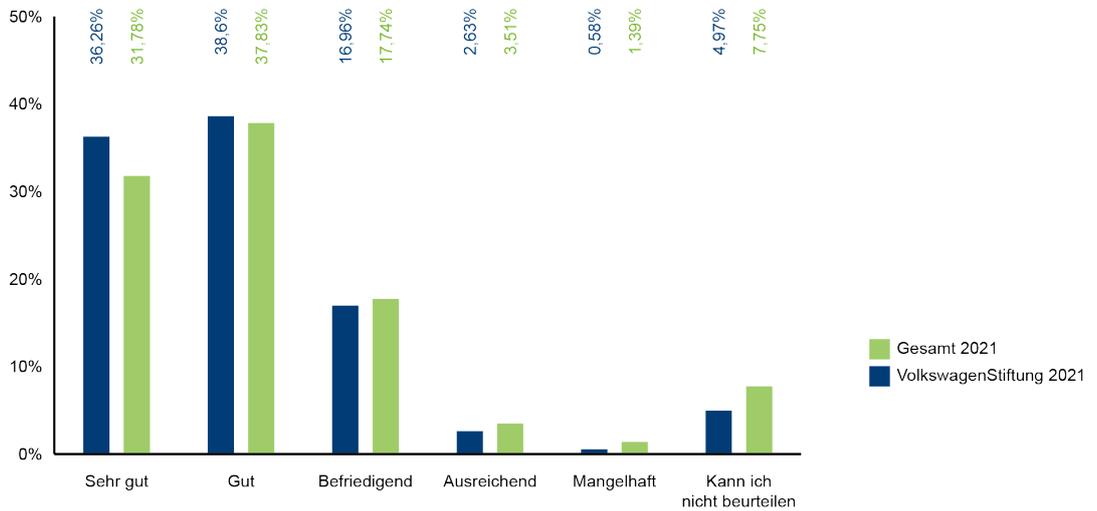
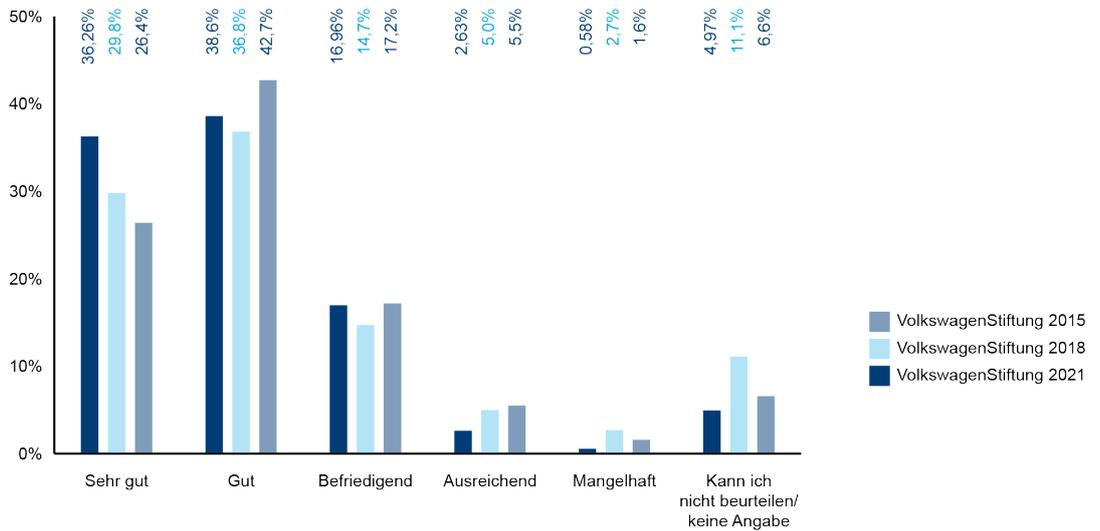


Abb. 37: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse bezüglich Ihrer Partnerschaft zur VolkswagenStiftung? (Trend 2015 - 2021)

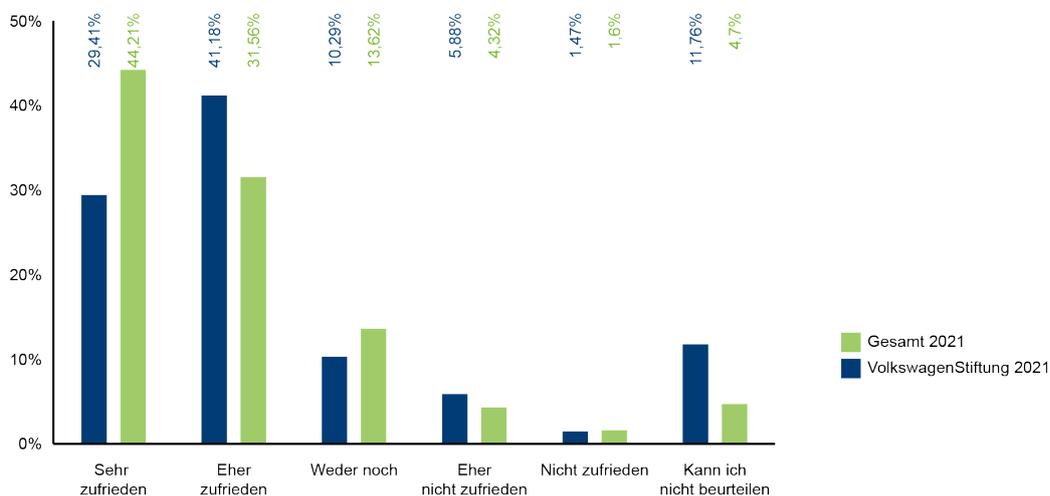


### VII. Feedback der abgelehnten Antragsteller:innen

Die folgenden Auswertungen basieren auf den Auswertungen eines Subsamples, das nur aus nicht bewilligten Antragstellern besteht. Um ein systematisches Feedback für die Stiftung einzuholen, wurden in der Learning-from-Partners-Umfrage auch diese Antragsteller zu ihren Erfahrungen im Kontakt mit der Stiftung befragt. Diese Perspektive bietet zusätzlichen Aufschluss über das Kommunikationsverhalten der Stiftungen und ist im Bestreben stetiger Verbesserung wertvoll.

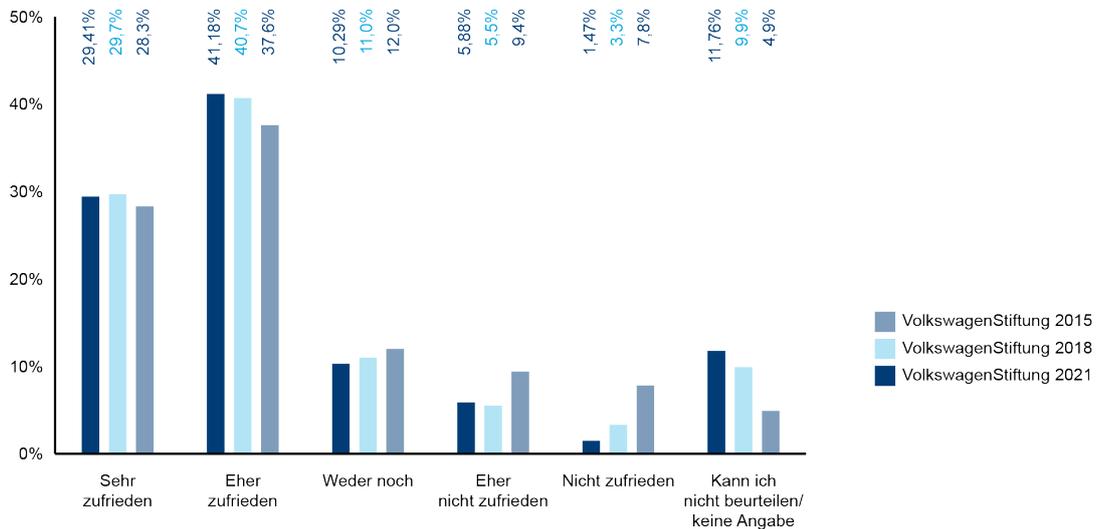
In einem ersten Analyseschritt soll es um die Zufriedenheit der abgelehnten Antragsteller:innen gehen. Dass die nicht bewilligten Antragsteller mit der Phase der Antragstellung allgemein weniger zufrieden sind, stellt keine überraschende Erkenntnis dar und ist bereits aus den anderen Erhebungswellen hervorgegangen. Dennoch ist es Ziel einer professionellen Arbeitsweise, Erreichbarkeit und Beratung für alle Antragsteller:innen zu sichern, unabhängig von der letztendlichen Entscheidung über den Antrag. Bei der Betrachtung aller Stiftungen in der Erhebungswelle 2021 fällt der Anteil sehr zufriedener befragter Personen mit 44,21% ungewöhnlich hoch aus. 31,56% waren eher zufrieden und 13,62% äußerten sich neutral bezüglich des Kontaktes während der Antragstellung. Knapp 6% waren entweder nicht zufrieden oder eher nicht zufrieden. Vergleicht man diese Werte mit denen der VolkswagenStiftung, so zeigen sich knapp 29,41% der abgelehnten Antragsteller:innen dennoch sehr zufrieden mit dem Kontakt zur Stiftung, weitere 41,18% sind eher zufrieden. Eher nicht zufrieden ist lediglich ein kleiner Anteil von 5,88% bzw. nicht zufrieden sind 1,47%. Für die Angaben zur gesamten Welle 2021 muss der hohe Anteil sehr zufriedener Personen unter den abgelehnten Antragstellern mit Vorsicht betrachtet werden. Da alle teilnehmenden Stiftungen gleich gewichtet wurden, ziehen positive Ausreißer diesen Wert in die Höhe. In absoluten Zahlen liegt ein Großteil der Antworten nach wie vor bei „eher zufrieden“, „sehr zufrieden“ folgt an zweiter Stelle.

Abb. 38: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur VolkswagenStiftung? (nur nicht bewilligte Antragsteller:innen)



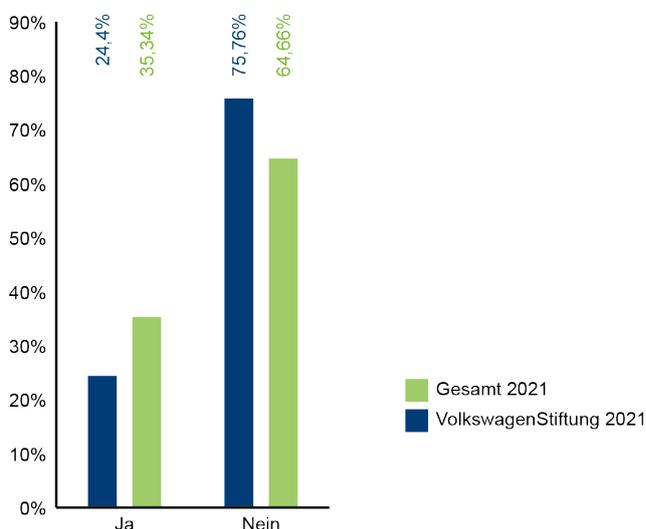
Das positive Ergebnis bei der Beurteilung des Kontakts zur Stiftung während der Antragstellung stellt eine leichte Verbesserung im Vergleich zur letzten Welle von 2018 dar, was für eine hohe Qualität in der Betreuungsleistung spricht. Insbesondere der vergleichsweise geringere Anteil an unzufriedenen Befragten zeigt, dass Kommunikation und Beratung in den meisten Fällen von ganzheitlich wünschenswerter Qualität waren. Die Ergebnisse der VolkswagenStiftung liegen tendenziell nahe dem Durchschnitt der Gesamtwellen. Bei den sehr zufriedenen Antragsteller:innen liegt die Stiftung unter, jedoch bei den eher zufriedenen Antragsteller:innen über dem Durchschnitt.

**Abb. 39: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur VolkswagenStiftung? (nur nicht bewilligte Antragsteller:innen, Trend 2015 - 2021)**



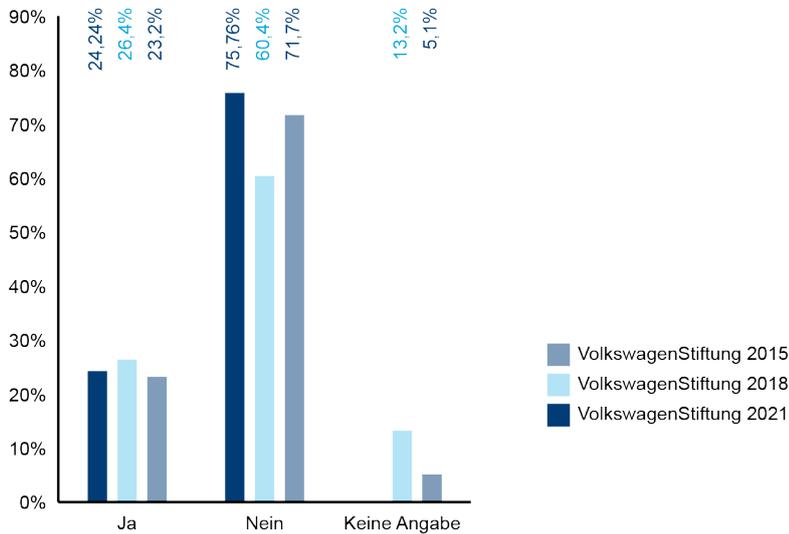
Ein Grund für Fälle mit geringerer Zufriedenheit unter den abgelehnten Antragsteller:innen könnten mangelnde Informationen über die Ablehnung selbst sein. Hier geben bei der VolkswagenStiftung 75,76% an, die Gründe für die Ablehnung ihres Antrags nicht erfahren zu haben. Lediglich 24,4% der abgelehnten Antragsteller:innen wurden über die Gründe für die Ablehnung informiert. Erfahren im Gesamtsample mit 35,34% der abgelehnten Befragten, warum ihr Antrag nicht erfolgreich war, so sind es in der VolkswagenStiftung ca. 10% weniger. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die VolkswagenStiftung im Punkt Rückmeldung im Falle einer Ablehnung deutlich unter dem Referenzdurchschnitt liegt.

**Ab. 40: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt? (nur nicht bewilligte Antragsteller:innen)**



Diese Zahlen sind insbesondere im Trendvergleich interessant. Da in dieser Erhebungswelle die Antwortmöglichkeiten auf Ja und Nein beschränkt wurden, zeichnet sich im Vergleich zur letzten Welle ein deutliches Bild. Es scheint, dass solche Antragsteller:innen die in der Vergangenheit keine Angabe machen wollten eher zu der Gruppe gehört denen die Gründe für eine Ablehnung nicht mitgeteilt wurden. So lässt sich ein Anstieg erkennen, dass im Vergleich zu den letzten Wellen mehr Menschen nicht über die Gründe, die zur Ablehnung geführt haben, informiert wurden. Zugleich ist die Kritik an einer fehlenden Begründung von Ablehnungen ein dauerhaft in Learning from Partners aufscheinendes Thema, das nicht ohne Weiteres gelöst werden kann. Da die Stiftungen in der Regel aus einer Vielzahl guter Gründe keine Auskunft zu Ablehnungsursachen geben, wie etwa dem Schutz der Gutachtergremien, aber auch der Sicherung der Unabhängigkeit und Freiwilligkeit der Stiftungsförderung, kann für dieses Thema keine einfache Lösung identifiziert werden.

**Abb. 41: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrags führten, mitgeteilt?**  
(nur nicht bewilligte Antragsteller:innen, Trend 2015 - 2021)



Welche Bedeutung die Rückmeldung zu einem abgelehnten Vorhaben für die Partner hat, zeigen die zahlreichen qualitativen Angaben aus diesem Frageblock. Exemplarisch soll gezeigt werden, wie die Partner ihre Einschätzungen zu einem ausbleibenden Feedback formulieren. So gibt es Partner, die über die ausbleibende Information frustriert und verärgert sind:

*„Der wohlwollend empathische Wortlaut des Ablehnungsschreibens milderte in einem Fall die Enttäuschung. Im andern steigerte er aber meinen Frust, da er parallel ging zu einer mir mit Blick auf den Ausschreibungstext unangemessen erscheinenden Begründung der Ablehnung; der warme, den Einzelfall ernstnehmend erscheinende Tonfall wirkte dann entwürdigend, da falsch.“*

*„Bzgl. der Ablehnung fände ich es wichtig auch ein negatives Resultat so wertschätzend zu kommunizieren, dass der Lernprozess im Vordergrund steht und nicht nur der Fakt der Ablehnung. In dem Zuge sollte Feedback generell, transparent und Nutzen den freundlich kommuniziert werden, also nicht nur auf Nachfrage, nach sehr langer Wartezeit und am Telefon vorgelesen (sodass man kaum Mitschreiben kann in den gewährten 30 Minuten Telefontermin). Das erschien mir sehr geschäftsmäßig und wenig menschenfreundlich.“*

### VIII. Themenschwerpunkt COVID-19-Pandemie

Der Beginn der Covid-19-Pandemie im Frühjahr 2020 stellte eine nie gekannte Herausforderung für die gesamte Bevölkerung dar. Neue Risiken und Einschränkungen trafen die Menschen hart und die Anpassungen an diese neuen Bedingungen dauern bis heute an. Auch im Berufsleben und der alltäglichen Arbeitspraxis kam es zu Neustrukturierungen. Prozesse mussten angepasst werden und Innovationskraft sowie Anpassungsfähigkeit waren gefragt.

Besonders beeinflusst sahen die Partner:innen daher ihre Arbeit. Bei der Volkswagenstiftung gaben 35,45% der Befragten an, dass die Pandemie ihre Arbeit sehr stark beeinflusst hat. Ein ähnlich großer Prozentanteil der Befragten gab an, dass die Pandemie ihre Arbeit stark beeinflusst hat. Die weiteren Verteilungen sind erwartbar ähnlich wie bei anderen Stiftungen in dieser Erhebungswelle. Sehr wenige Befragte fühlten sich weniger oder überhaupt nicht beeinflusst.

In den offenen Fragen zu diesem Thema beschrieben einige Teilnehmer:innen die Herausforderungen, denen Sie sich in dieser Zeit stellen mussten und was sie sich in dabei von ihrer Stiftung wünschten:

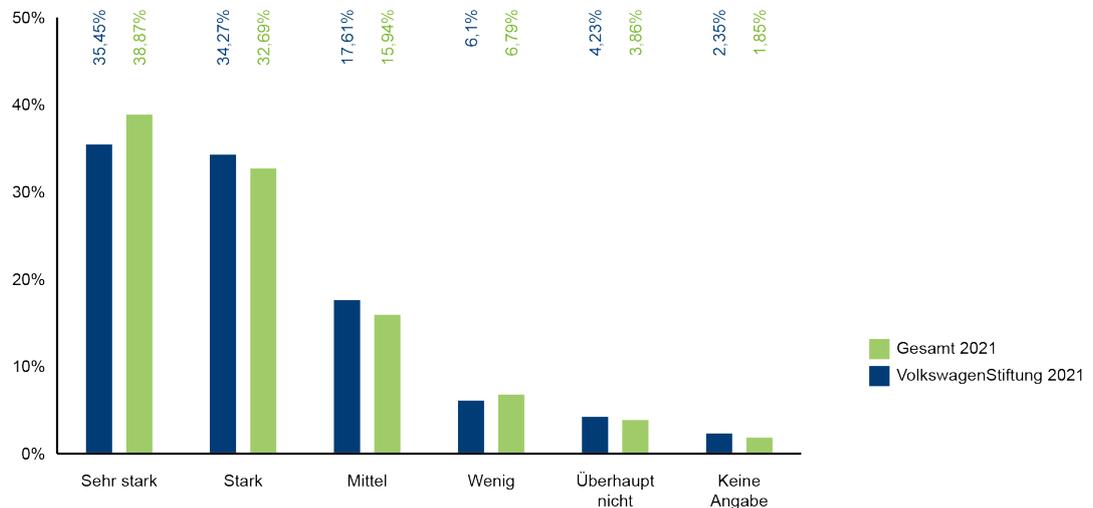
*„I had to postpone some key deliverables under the project due to the pandemic. In particular, I had to postpone a research stay, a professional qualification course, and a number of conferences where I was going to present preliminary findings of my project. In addition, it has affected settling in a new project - I managed to see my managers and colleagues in my host institution only after about 9 months of the project. The first year has been a lonely experience due to the pandemic.“*

*„Die für die Geförderten entstandenen Ausfälle von Recherche-, Forschungs- und Reisemöglichkeiten sollten möglichst nicht nur zeitlich flexibel gehandhabt, sondern auch finanziell aufgefangen werden. Im Gegensatz zu anderen Stiftungen stellt die VolkswagenStiftung dies ja immerhin in Aussicht, das ist großartig. Wir hoffen, es ist auch umsetzbar.“*

*„Einfluss v.a. durch persönliche Situation (homeschooling, fehlende Kinderbetreuung). Einfluss im Labor vorhanden, aber eher geringer.“*

*„Von der Pandemie besonders betroffen sind Vorhaben, die mit Reisen verbunden sind, insbesondere zur Durchführung von Forschungsarbeiten. Eine Verschiebung der Sach- und Reisemittel ist hier vergleichsweise einfach, problematisch bleibt es, die Personalmittel zu verlängern (Erfahrung aus anderen DM-Projekten). Hier wäre eine gewisse Flexibilität seitens der Stiftung wünschenswert - wenn es keine entsprechende Verlängerung der Personalstellen zur Durchführung / Beendigung der Arbeiten geben kann, dann könnte vielleicht geprüft werden, ob eine "Streckung" der Personalmittel in gegenseitigem Einverständnis möglich wären: statt 6 Monate 100%-Stelle, 9 Monate 75%-Stelle oder 12 Monate 50%-Stelle, damit die Forschungsarbeiten auch beendet werden können.“*

Abb. 42: Wie stark hat die COVID-19-Pandemie Ihre Arbeit beeinflusst?



In derartigen Krisensituationen ist eine klare Kommunikation wichtig, um neue Lösungswege zu generieren und etwaige Unsicherheiten aus dem Weg zu räumen. Für die Zeit zu Beginn der Covid-19-Pandemie schätzen 20,06 % der Befragten das Kommunikationsverhalten der Volkswagen Stiftung als sehr gut und weitere 34,63% als gut ein. Bei der sehr guten Bewertung der Kommunikation liegt die Volkswagenstiftung unter dem Durchschnitt der Stiftungen, bei den guten Bewertungen jedoch über dem Durchschnitt. Nur ein geringer Teil von etwa 6% der Befragten bemängelte das Kommunikationsverhalten zu dieser Zeit. Auffällig ist jedoch, dass ein Drittel der Befragten der Meinung ist, diese Frage nicht beurteilen zu können, obwohl sich ein Großteil der Befragten durch die Pandemie beeinflusst gefühlt hat. Dies könnte darauf hindeuten, dass dieser Teil der Befragten sich weitestgehend eigenständig um die auftretenden Schwierigkeiten gekümmert hat oder diese keine Auswirkungen auf die Kooperation mit der Stiftung hatten.

Folgende Anmerkungen haben die Befragten zur Kommunikation mit der Volkswagenstiftung zu Beginn der Pandemie gemacht:

*„Das war mir am Anfang zu zögerlich (als wir bereits Dienstreiseverbot hatten), später, aber gut“*

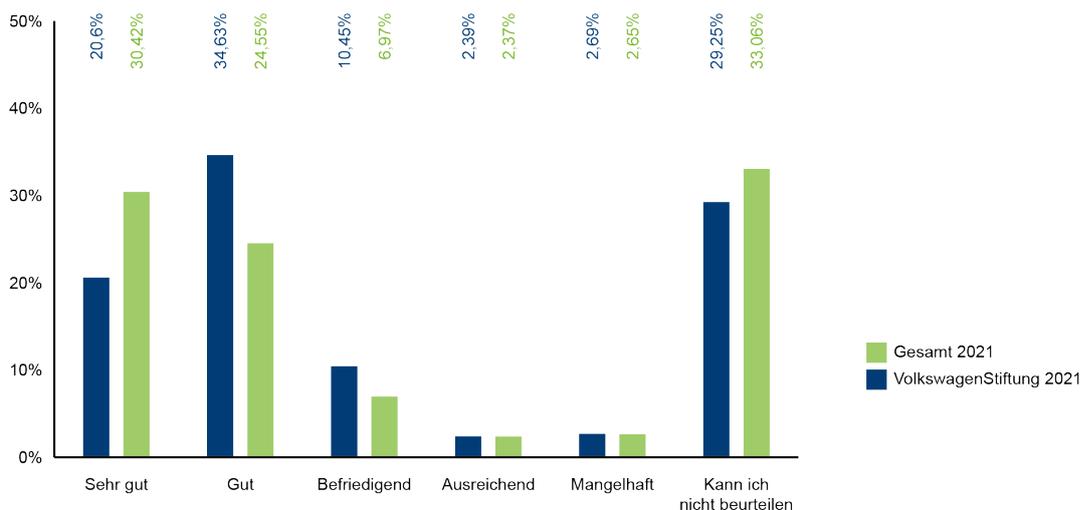
*„The Foundation did the best they could under the circumstances and even approved my application to defer/postpone one year of my project Extension Phase. “*

*„I asked the foundation to be able to adjust the distribution of my funding due to the sanitary crisis. The foundation replied very pragmatically and approved the re-distribution. This is an outstanding feature of the VW foundation: a total focus on the project's success and the foundation's confidence into the lead scientists. “*

„Die Stiftung hat sich - aus verständlichen Gründen, die jedoch international nur schwer vermittelbar waren - spät dazu entschieden, das Symposium abzusagen. Die formelle Absage kam zu spät (am Abend des 16.03.2020, eine Woche vor dem Symposium, als der Lockdown bereits eingeleitet wurde). Ich sah mich gezwungen, einzelnen Dienstleistern dies anzukündigen, ohne sicher zu sein.“

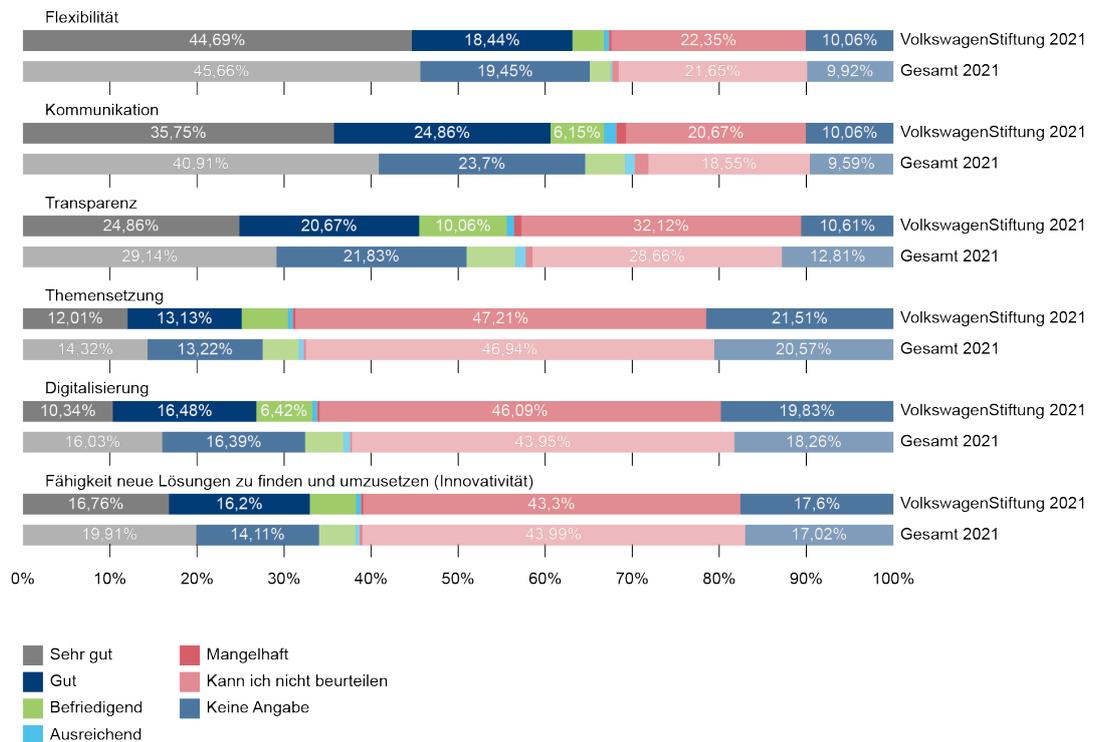
„Wenn ich nicht dort mal angerufen hätte, hätte ich keine Kommunikation erlebt. So wurde mir mitgeteilt, dass mein Projekt verlängert werden kann, allerdings kostenneutral, was heißt, dass ich das Projekt auf eigene Faust neben meiner üblichen Arbeit weiterführen kann, da das Geld der Stiftung bis Oktober 21 ja fast komplett weg ist. Übrig ist das Reisebudget, da damit nichts zu machen war. Aber die Personalkosten sind trotz Covid-19 weiter angefallen.“

Abb. 43: Wie bewerten Sie das Kommunikationsverhalten der VolkswagenStiftung zu Beginn der COVID-19-Pandemie?



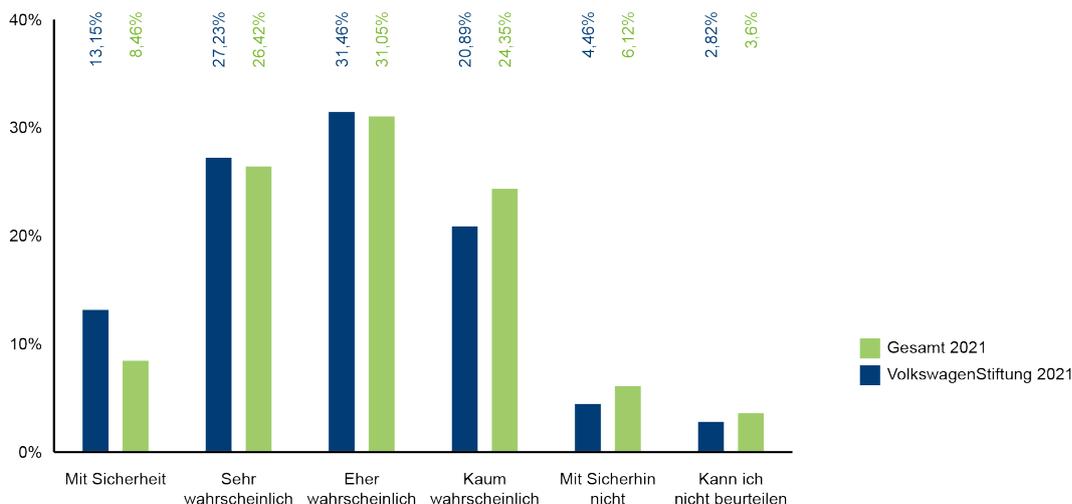
Ein ähnliches Bild zeichnet sich auch im nächsten Frageitem. Die Befragten wurden gebeten ihr Verhältnis zu ihrer Stiftung im Rahmen der COVID-19-Pandemie anhand mehrerer Dimensionen zu bewerten. Flexibilität und Kommunikation bewerteten jeweils knapp 63% der Befragten als sehr gut oder gut. Es ist erfreulich, dass der Anteil negativer Bewertungen relativ gering ausfällt und auf dem Durchschnitt des Gesamtsamples liegt. In Punkto Transparenz scheint das Gesamtbild der VolkswagenStiftung gemischter zu sein. Wie ebenfalls bei den anderen Stiftungen beobachtbar, konnten die meisten Teilnehmer\*inner die Transparenz nicht beurteilen 32,12%. Weitere 10,06% bewerteten sie als befriedigend. 24,86% bewerteten die Transparenz der Stiftung mit sehr gut und 20,67% mit gut. Bei den Fragen bezüglich Themensetzung, Digitalisierung und Innovativität stieg der Anteil der Partner\*innen, die diese Dimensionen nicht beurteilen konnten sogar über 40%. Am häufigsten gaben die Befragten an, die Dimension nicht beurteilen zu können bei der Themensetzung. Dies zeigt logischerweise einen geringen Anteil in den guten und sehr guten Bewertungen. Dabei befindet sich die VolkswagenStiftung aber auf dem Durchschnitt der Gesamtwelle.

**Abb. 44: Wie bewerten Sie die folgenden Punkte mit Blick auf ihr Verhältnis mit der VolkswagenStiftung im Rahmen der COVID-19-Pandemie?**



Eine der Hauptfolgen der COVID-19-Pandemie bleibt die Verlagerung von Arbeit und Veranstaltungen in den digitalen Raum. Aufgrund anhaltender Planungsunsicherheit mussten viele Events abgesagt werden und werden auch jetzt noch digital oder hybrid geplant und veranstaltet. Vor diesem Hintergrund wurden die Teilnehmer:innen gefragt, für wie wahrscheinlich sie einen dauerhaften Relevanzverlust realer Veranstaltungen halten. Dabei lassen sich keine eindeutigen Tendenzen bei der Volkswagenstiftung feststellen, die Meinungen gehen sehr auseinander. Die beiden Extreme, die der These, dass reale Veranstaltungen an Relevanz verlieren, widersprechen oder diese als sehr wahrscheinlich ansehen, haben am wenigsten Zuspruch erhalten. Dagegen halten 27,23% der Befragten diesen Ausgang für sehr wahrscheinlich, 31,46% für eher wahrscheinlich und 20,89% für kaum wahrscheinlich. Insgesamt wird also eine dauerhafte Verschiebung des Veranstaltungsgeschehens in den digitalen Raum eher erwartet. Dabei entsprechen die Ergebnisse der Volkswagenstiftung denen des Gesamtschnitts.

Abb. 45: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, das reale Veranstaltungen, zu Gunsten von virtuellen Veranstaltungen, dauerhaft an Relevanz verlieren?



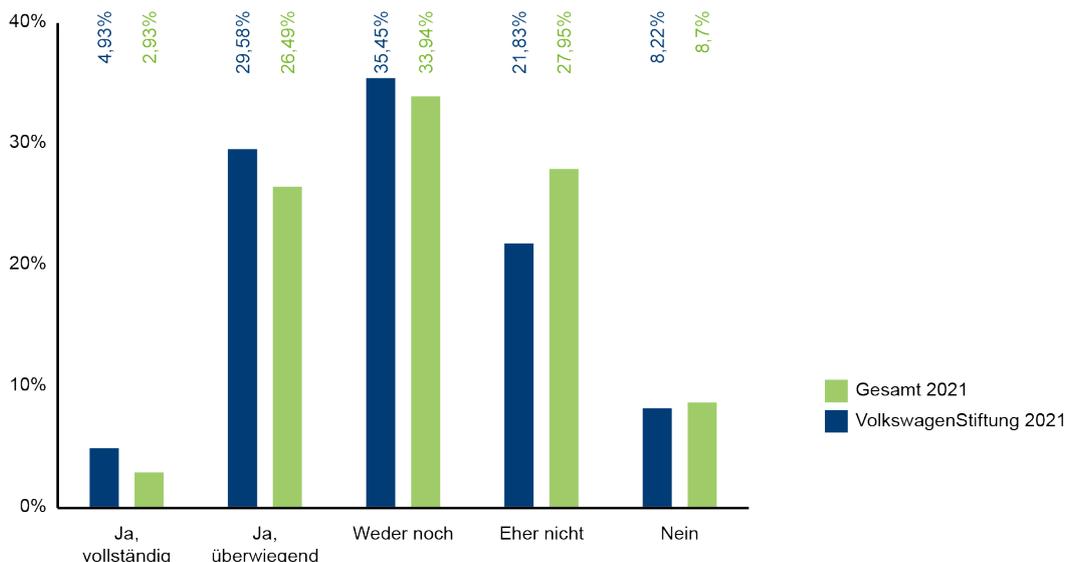
Auch die Einstellungen bezüglich einer derartigen Verlagerung von Veranstaltungen in den digitalen Raum gehen deutlich auseinander. Während sich der größte Teil der Befragten der Volkswagenstiftung neutral zu diesem Thema positioniert, begrüßen 4,93% der Befragten eine Verlagerung ins Digitale vollständig. 29,58% begrüßen eine Verlagerung überwiegend. Auf der gegensätzlichen Seite lehnen 8,22% der Befragten eine stärkere Verlagerung von Veranstaltungen ins Digitale ab. Circa 22% lehnen eine Verlagerung eher ab.

Einige Teilnehmer:innen fassen zusammen, warum sie eine Verlagerung ins Digitale eher ablehnen:

*„Veranstaltungen wie Seminare, Konferenzen, Vorträge leben vom persönlichen Kontakt und Austausch, dieser ist jedoch online drastisch reduziert. Arbeitstreffen können gut online abgehalten werden, dennoch werden sie digital nicht den Output haben, wie persönliche Treffen, da alle Nuancen des Menschlichen wegfallen, kaum Möglichkeit zum persönlichen Austausch besteht.“*

*„Im Bereich der internationalen Kooperation ist Distanz und Abwesenheit in jeder Hinsicht hinderlich. Feldforschung z.B. kann nicht sinnvoll stattfinden. Konferenzen funktionieren über Bildtelefonie nur als Notbehelf, da die Gesprächsdynamik abgeschnitten ist und informelle Gespräche nicht stattfinden können. insbesondere ergeben sich dabei keine neuen Kontakte für Projektanbahnungen. Es lässt sich lediglich das bereits vorhanden bewahren. Ggf. aber könnten reine Verwaltungs- und Managementtreffen ohne große Verluste ins Digitale übertragen werden.“*

**Abb. 46: Begrüßen Sie eine stärkere Verlagerung von Veranstaltungen ins Digitale?**



## G. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER LEARNING FROM PARTNERS STUDIE

Die nunmehr vierte Auflage der Trendstudie Learning from Partners ermöglichte es Partner:innen der sechs teilnehmenden Stiftungen, ein systematisches Feedback über das Handeln ihrer Förderinstitution abzugeben. Die im Frühjahr 2020 begonnene COVID-19-Pandemie stellte die Befragung vor einige Herausforderungen, eröffnete aber auch die Möglichkeit, (potenzielle) Auswirkungen dieser Umstände auf die Partner:innen als die Erhebung einfließen zu lassen. Darüber hinaus wurde es möglich, positive und negative Veränderungen für die zukünftige Arbeit zwischen Stiftungen und Partner:innen herauszufiltern und für Anpassungen in der Veranstaltungs- und Förderpraxis fruchtbar zu machen. Die VolkswagenStiftung nahm zum vierten Mal an der Studie teil, sodass die aus den Paneldaten durchgeführte Trendanalyse eine längerfristige Entwicklung der Stiftung beschreibt.

Überblickt man die grundlegenden Ergebnisse der vierten Welle, gab es keine signifikanten Abweichungen zu den vorherigen Erhebungswellen. Die Ergebnisse der Erhebung 2018 bekräftigen die besondere Position der VolkswagenStiftung im Feld der Wissenschaftsförderung, ihre professionellen internen Organisationsabläufe und ihr Gespür für die Setzung aktueller und relevanter Themen in den entsprechenden Förderinitiativen.

Wie bereits in den vorherigen Wellen zeigt sich, dass die VolkswagenStiftung in ihrem eigenen Bereich als Förderin etabliert und bekannt ist. 27,93 % der Befragten gaben an, über das Internet (hier Website etc.) auf die VolkswagenStiftung aufmerksam geworden zu sein. Dabei handelt es sich um den Spitzenwert im Sample. Die VolkswagenStiftung nutzt neben ihrer ohnehin bestehenden fachlichen Reputation also höchst effizient die neuen Medien unserer Zeit, um ihre Zielgruppe bestmöglich zu erreichen und zu informieren.

Mit Blick auf die einzelnen Befragungsdimensionen lässt sich feststellen, dass die Zufriedenheit der Partner:innen ungebrochen hoch ist. Die Zufriedenheit in der Phase der Antragstellung konnte in der jetzigen Welle ebenso gesteigert werden. Die sehr hohen Werte bei der Zufriedenheit der Partner:innen zeugt von einem hochprofessionellem Stiftungshandeln in puncto Antragstellung und Betreuung von Partner:innen. Im Vergleich mit den anderen Stiftungen liegt die VolkswagenStiftung hier meistens über dem Gesamtdurchschnitt. Ein einziges negativeres Bild zeigte sich bei der Frage nach der Angemessenheit der Bearbeitungszeit der Anträge. Hier erhielt die VolkswagenStiftung mit 69,95 % Zustimmung den niedrigsten Wert aller Stiftungen im Sample.

Der Faktor Transparenz zeigt sich ebenfalls weiterhin als ausbaufähig, gerade beim Prozess der Antragstellung. Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen zu ermöglichen und stiftungsinterne Entscheidungsprozesse so transparent wie möglich zu gestalten ist für die Akzeptanz von Stiftungen und deren Fördertätigkeit wesentlich. Insgesamt stößt die Informationspolitik der VolkswagenStiftung hinsichtlich der Antragsentscheidung nicht durchgehend auf positive Stimmen. Zwar gab es Zuwächse bei den

überwiegend informierten Befragten, jedoch verschob sich dies zu Ungunsten der vollständig informierten. Weiter wurde nach der Einschätzung der Transparenz der Entscheidungsprozesse durch die bewilligten Partner:innen insgesamt gefragt. Bei dieser Frage konnten die VolkswagenStiftung insgesamt überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen.

Wie in jeder Ausgabe von Learning from Partners gab es auch in dieser Erhebungswelle ein Schwerpunktthema. Das 2018 zentrale Thema der Digitalisierung wurde vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie erneut aufgegriffen. Beide Themen wurden auf unterschiedliche Art und Weise beleuchtet und zusammengefasst.

Klar ist, dass die Belastungen, sowohl privater Natur also in beruflicher Hinsicht durch die Pandemie stark zugenommen haben. So schilderten es auch die Befragten der vierten Welle. Besonders betroffen von diesen Auswirkungen war und ist noch immer der wissenschaftliche Bereich, der sich nur durch (internationalen-) Austausch weiterentwickelt. So beschrieben die Befragten, dass besonders die Ausfälle von Recherche-, Forschungs- und Reiseumöglichkeiten den Fortschritt von Projekten behindert haben. Ebenso ins Gewicht fallen die Schließungen von Universitäten, Laboren und Forschungseinrichtungen, ohne die die Arbeit nicht oder unvollständig verrichtet werden konnte. Der Großteil der Befragten fühlte sich während dieser schwierigen Zeit in der VolkswagenStiftung sehr gut aufgehoben. Förderung wurde in den meisten Fällen flexibel angepasst. Kritikpunkte im Bezug auf die Pandemie war die Unsicherheit über das (Nicht-)Statffinden von Veranstaltungen und deren zu späte Absage. Ebenso wurde die Kommunikation über das Fortlaufen der Förderungen in Pandemiezeiten teilweise kritisiert und als verständlicherweise zögerlich bewertet. Die nicht berücksichtigten Personalkosten, die trotz Pandemie und Abbruch von Projekten weitergeführt werden mussten, waren ein weiterer Kritikpunkt.

Zusammenfassend blickt die vierte Erhebung auf einen stetigen positiven Trend und konstatiert für die VolkswagenStiftung besonders, aber auch insgesamt für alle Stiftungen professionelles Handeln und eine gute Zusammenarbeit mit ihren Partner:innen. Stiftungen werden akzeptiert, sind legitimiert und sind fest in der Gesellschaft verankert.

## H. LITERATURVERZEICHNIS

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.

Bundesverband Deutscher Stiftungen (2021): Zahlen, Daten, Fakten zum deutschen Stiftungswesen.

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

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

CSI (Centrum für Soziale Investitionen) (2018): Learning from Partners. Gesamtreport 2018. Heidelberg.

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.



