

Jahresveranstaltung „Fördern – Gewinnen – Begeistern:
das Deutschlandstipendium“ am 8. Juli 2014 in Berlin

Ergebnisse aus dem Workshop „Auf lange Sicht: Wie man Förderer erfolgreich bindet“

Konkrete Lern- und Diskussionsmöglichkeiten für die Umsetzung von langfristigen Bindungs- und Vernetzungsstrategien mit Förderern standen im Fokus des Workshops des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. Die Teilnehmenden des Workshops erarbeiteten sich diese Möglichkeiten anhand von Praxisbeispielen und Gruppenarbeiten. Durch die Beiträge von Vertretern zweier Förderunternehmen lernten die Teilnehmenden auch die Sichtweise von Unternehmen auf dieses Themenfeld kennen.

Themenpaten:

Eberhard Guttsche (IBM Deutschland)
Sebastian Stietzel (TiXOO AG)

Impulsgeber:

Dr. Alexander Tiefenbacher
(Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft)

Moderation:

Martina Pulver

Nach dem Impuls von Herrn Dr. Tiefenbacher zu Best Practices im Bereich der Fördererbindung legten die Themenpaten Eberhard Guttsche (IBM) und Sebastian Stietzel (TiXOO AG) in einer mit den Workshopteilnehmenden geführten Diskussion die Sichtweise der Förderunternehmen dar.

Die Teilnehmenden tauschten sich anschließend in Gruppenarbeiten über die Konzeption und Umsetzung von Fördererbindungs- und Vernetzungsstrategien aus. Dabei wurden auch konkrete Bindungsformate erörtert, deren Umsetzung an Hochschulen einen Mehrwert stiften kann. Die Ergebnisse wurden anschließend im Plenum präsentiert und diskutiert.



Fotos | BMBF © 2014

Die Ergebnisse des Workshops im Überblick

Themenbereich 1:

Ideelle Förderung

Ideelle Begleitprogramme sind für die (Ein-)Bindung von Förderern deshalb so wichtig, da in diesen Formaten der persönliche Kontakt zwischen Stipendiaten und Förderern im Vordergrund steht. Sie können von drei Akteursgruppen aktiv gestaltet werden:

- Hochschulen:
z. B. durch Stipendienvergabefeiern, Workshops, Seminare, Vorträge, Kamingespräche, Podiumsdiskussionen, Patenschaften, Netzwerkveranstaltungen, Projektgruppen/Themenklassen, Speed-Datings/Tempomeetings, Publikationen, Alumni-Plattformen
- Förderer:
z. B. durch Unternehmensbesichtigungen/Werksführungen, Job Shadowing/Arbeitsplatzbesichtigungen, Weiterbildung, Praktika/Werkstudententätigkeiten, Bindungsprogramme, Mentoring, Forschungs- und Abschlussarbeiten, Arbeitsprojekte/Case Studies
- Stipendiaten:
z. B. durch Stipendiatensprecher/-komitees, Stipendiatenstammtische, Netzwerkveranstaltungen, Vortragsreihen, Diskussionsrunden, Science Slams, Social-Media-Aktivitäten

Themenbereich 2:

Strukturelle Vernetzung

Oftmals integrieren die Hochschulen ihre Förderer in regionale Netzwerke aus öffentlichen und privaten Bündnispartnern des Hochschulumfeldes, um gemeinsame Förderprogramme langfristig gestalten zu können. Mitglieder und Antreiber dieser Netzwerke sind beispielsweise:

- Hochschulen
- Unternehmen
- Stiftungen
- Privatpersonen/Mäzene
- Industrie- und Handelskammern
- Wirtschaftsförderverbände und Vereine
- weitere öffentliche und private (Bildungs-)Einrichtungen wie z. B. Schulen

Das Stipendienprogramm kann hier Startpunkt für weiterführende Kooperationsmöglichkeiten der Netzwerkpartner sein.

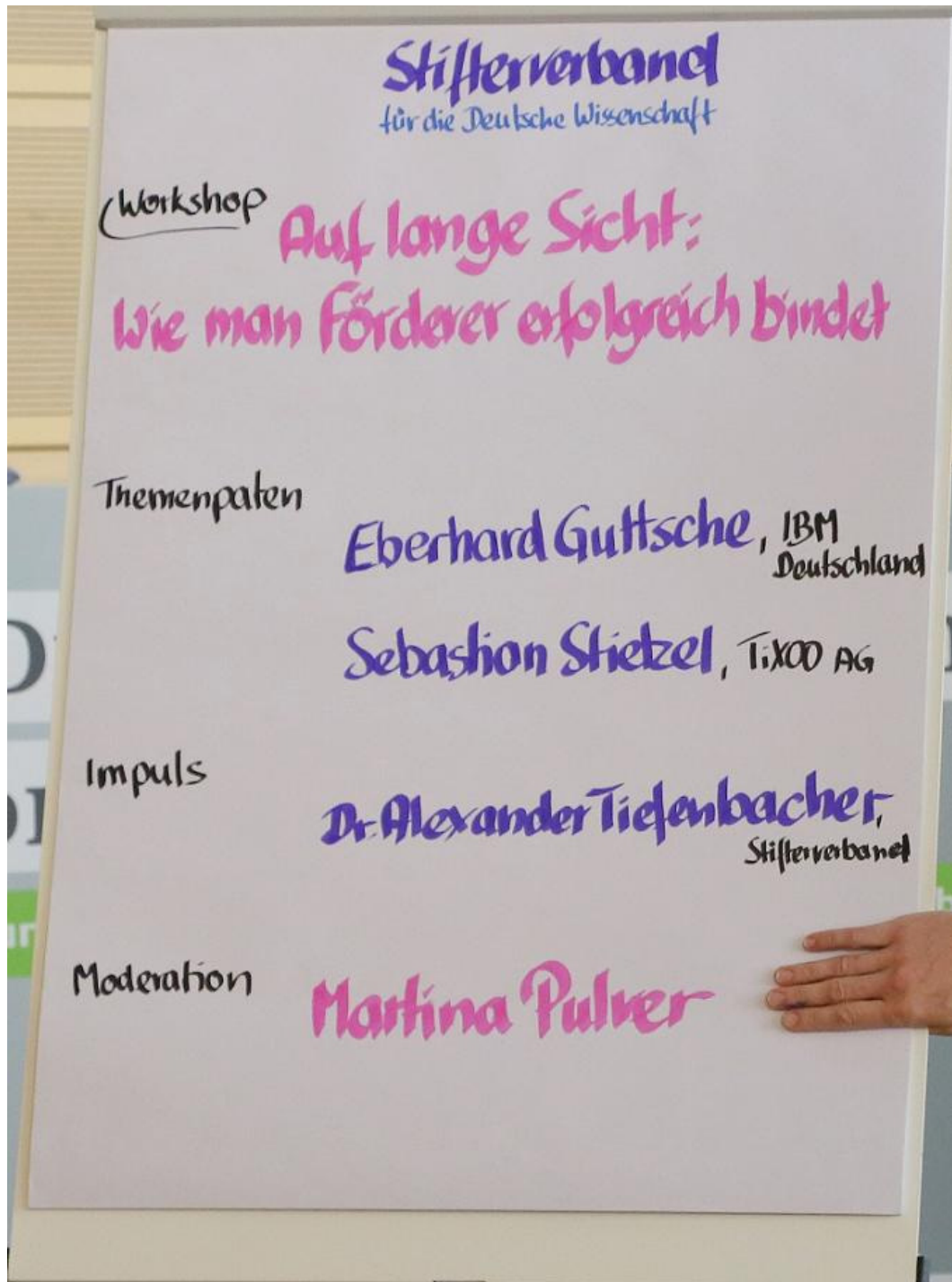
Themenbereich 3:

Ergebnisse der Gruppenarbeit

Im Rahmen der Gruppenarbeit wurden diese Methoden und Formate sowie weitere Ideen zur erfolgreichen Fördererbindung vertieft diskutiert. Folgende Aspekte wurden dabei aufgeworfen:

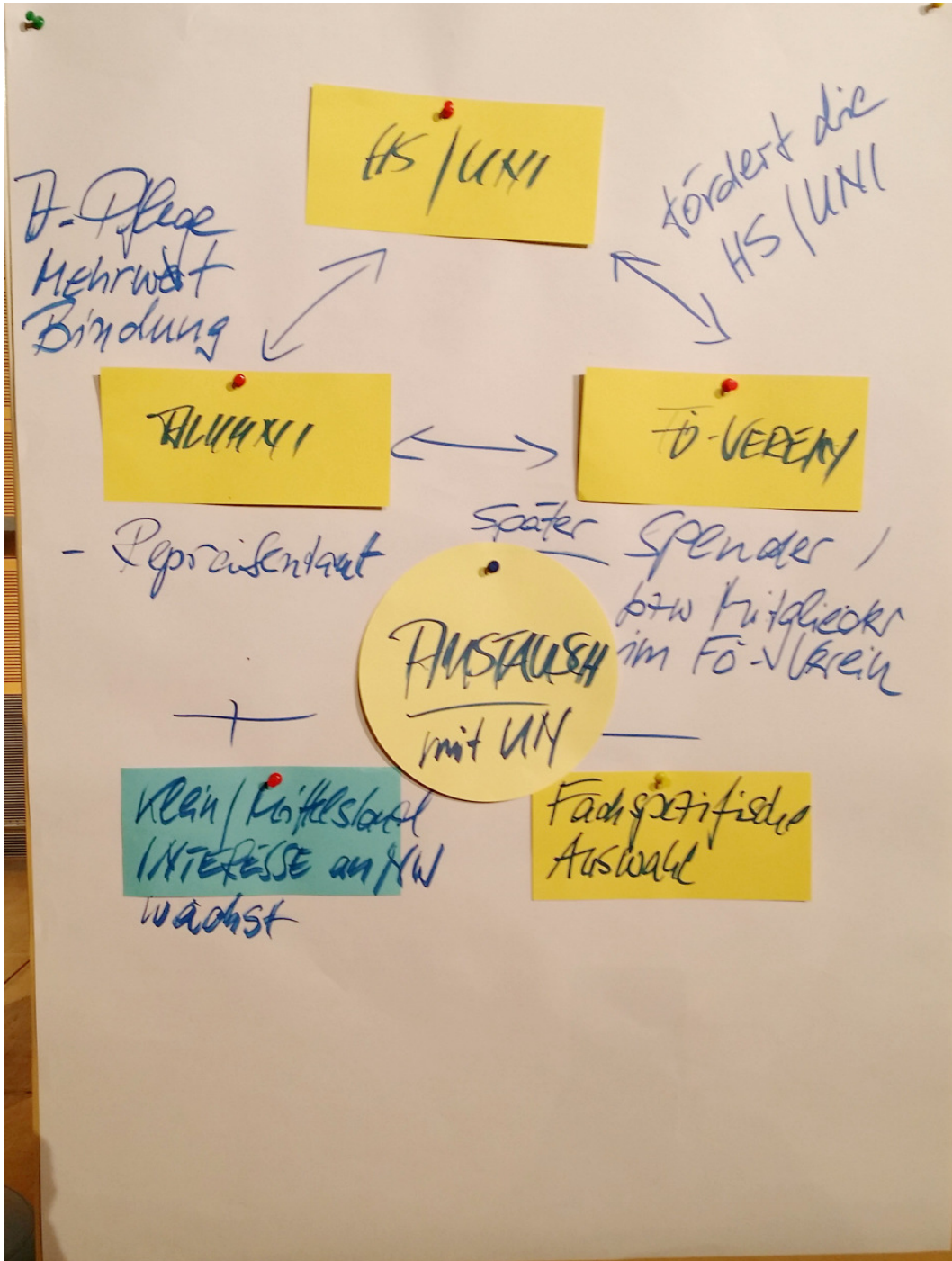
- Hohe persönliche und emotionale Bindungen zwischen Hochschulen und Förderern sind zentral für langfristige Förderergewinnung und –einbindung.
- Kontakte „auf Augenhöhe“ sind besonders wichtig, z. B. zwischen der Hochschulleitung und dem Geschäftsführer.
- Für Fragen der Fördererbindung sollte auch die Unterstützung der Hochschulleitung gewonnen werden.
- Die Fördererbindung sollte als langfristige Zukunftsinvestition begriffen und mit den notwendigen Kapazitäten angeschoben werden.
- Für Erstkontakt und Beziehungspflege benötigen Förderer einen zentralen und rasch identifizierbaren Ansprechpartner an der Hochschule.
- Kooperations- und Bindungsangebote speziell für den Mittelstand entwerfen, da auch hier die Nachfrage nach Fachkräften wächst.
- Unterschiedliche Kennenlernformate für Förderer und Stipendiaten anbieten, z. B. „Speed Datings“ und „Cross Table Dinner“ (Tischwechsel nach jedem Gang)
- Aufbau und Pflege eines professionellen Alumni-Managements als zentraler Bestandteil einer Bindungsstrategie.
- Aktive Einbindung bereits bestehender Hochschuleinheiten, z. B. Förderverein und Career Service
- Stipendiaten- bzw. Förderer-Knigge-Seminare und Veröffentlichungen für Stipendiaten und Förderer anbieten, um ein gemeinsames Verständnis herzustellen.
- Kommunikation des Engagements von Förderern, z. B. Website, Flyer, Newsletter
- Wertschätzung von Förderern, z. B. Dankeschreiben, Einladung zu Veranstaltungen, Förderertafel, Einbindung als Testimonials
- Übergeordnetes Interesse: Hochschulen in die Evaluation zum Deutschlandstipendium aktiv einbeziehen und eine Plattform zum gegenseitigen Austausch schaffen.

Fotodokumentation:



Förderer binden:

- emotionale Bindung
 - ↳ Kontakt zum GF von morgen
- Kontakt zu anderen Förderern → Netzwerk
- Darstellung an der Hochschule
 - Tafel mit Logos/ Homepage
- Erst-Ansprechpartner für Firmen
- 'Mensch'



Wie man Förderer bindet:

- + - Kontakt HS + Unternehmen
(Beziehungsebene) Clus-sache
- Auswahlbeteiligung
- Unternehmensübergreifende Beteiligungen
- Knigge für Stipendiaten

HERAUSFORDERUNG

- Politischer Wille der HS-Leitung
- Personal-Ressourcen