



mit Unterstützung von



Praxis-Workshop: „Hochschul-Sponsoring“

Akquise von Unternehmen

an der

Technischen Universität Darmstadt

15. und 16. Juni 2016

alumni-clubs.net e.V.

Postfach 12 01 10, 68052 Mannheim,

Tel. +49 6205 2873-89, Fax +49 6205 2873-90

E-Mail: verband@alumni-clubs.net

Ort: Technische Universität Darmstadt, Robert-Piloty-Gebäude, Hochschulstraße 10
(Gebäude S2/02), 64289 Darmstadt

Referenten: Matthias Notz (LMU München, Entrepreneurship Center, Leitung Development;
German Entrepreneurship GmbH, Geschäftsführer)

Angela Poth (RWTH Aachen University, Abteilungsleitung Bindungsmanagement)

Mittwoch, 15. Juni 2016, Robert-Piloty-Gebäude, Raum B002

Bis 12.00 Uhr	<i>Anreise der Teilnehmer, Begrüßungssnack</i>
12.00 Uhr	Begrüßung, Vorstellungsrunde und Zielsetzung
12.30 Uhr	Unternehmen als Sponsoren für Hochschulen
14.00 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
14.15 Uhr	Sponsoring-Gespräche vorbereiten
15.45 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
16.15 Uhr – 18.30 Uhr	Ansprechestrategien für Akquise bei Unternehmen
19.00 Uhr	<i>Gemeinsames Abendessen* im Bayrischen Hof, Alexanderstraße 33, 64283 Darmstadt</i>

*Nicht im Seminarpreis enthalten, durch die Teilnehmer selbst zu bezahlen

Donnerstag, 16. Juni 2016, Robert-Piloty-Gebäude, Raum E302

9.00 Uhr	Sponsoring-Gespräche führen
10.30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
10.45 Uhr	Gesprächstrainings für Sponsoring-Akquise
12.15 Uhr	Mittagspause
13:00 Uhr	Schlussrunde, Fazit und Feedback
14:00 Uhr	<i>Ende der Veranstaltung und Abreise der Teilnehmer</i>

Erläuterung

Mit der Einführung des Deutschlandstipendiums konnten viele Hochschulen erste Fundraising-Erfolge verbuchen. Zugleich wachsen die Offenheit bzw. das Interesse an den Hochschulen für die Themen Fundraising und Spenden kontinuierlich. Ein zukünftig wichtiger Baustein im Rahmen der Fundraising-Aktivitäten von Hochschulen wird das **Sponsoring bei Unternehmen** sein, denn mittels Sponsoring lassen sich zusätzliche Finanzierungsquellen aktivieren, die bisher nur wenig ausgeschöpft werden.

Die Hochschulen sollen dazu befähigt werden, konkrete Bedarfe wie beispielsweise die Finanzierung einer Veranstaltung oder von Projekten mittels Sponsoring zu decken. Daneben gibt es auch die Möglichkeit, über Sponsoring projektungebundene und damit freie Mittel zu generieren.

In zwei Workshops sollen wichtige Bausteine für ein erfolgreiches und damit tatsächlich umsetzbares Hochschul-Sponsoring an deutschsprachigen Hochschulen vermittelt werden, und zwar sowohl auf der inhaltlichen Ebene (u.a. Ausgestaltung von Sponsoring-Paketen, Leistungen für Unternehmen, Bepreisung) als auch durch die Weiterentwicklung der persönlichen Fähigkeiten der Teilnehmer/innen in der Sponsoring-Akquise.

In einer kleinen Seminargruppe von 15 bis maximal 25 Personen werden die seit Jahren erfolgreich im Hochschul-Fundraising und -Sponsoring aktiven Referent/innen Angela Poth und Matthias Notz die Erfolgsfaktoren für Hochschul-Sponsoring vorstellen, mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern realisierbare Strategien und Maßnahmen diskutieren und so eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Sponsoring in Hochschulen ermöglichen. Dabei ist es erklärtes Ziel, die ganz konkreten Sponsoring-Fragestellungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Workshops zu bearbeiten und anschauliche Beispiele aus dem Erfahrungsschatz der Referenten einzubringen.

Neben dem Workshop-Programm bieten Kaffeepausen und insbesondere das gemeinsame Abendprogramm die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch der Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt bis spätestens 05.06.2016 online unter www.alumni-clubs.net. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an alumni-clubs.net e.V., Tel. +49 6205 2873-89 oder E-Mail verband@alumni-clubs.net. Bis zum 08.06.2016 geht Ihnen eine schriftliche Anmeldebestätigung mit weiteren Informationen zum Ablauf der Veranstaltung zu.

Zielgruppe: Das beschriebene Weiterbildungsangebot richtet sich an Teilnehmer/innen aus und rund um Hochschulen bzw. Alumni-Vereine, die mit dem Themenfeld Sponsoring betraut sind bzw. dafür verantwortlich sind. Die Workshops sind sowohl für Personen geeignet, die am Anfang der Sponsoring-Arbeit an ihrer Hochschule stehen, aber auch für solche, die bereits im Sponsoring aktiv sind und Strategien und Konzepte noch einmal durchdenken und überarbeiten wollen. Insbesondere bieten die Workshops auch denjenigen Fundraiserinnen und Fundraisern, die mit dem Deutschlandstipendium ins Fundraising eingestiegen sind, neue Impulse für eine konzeptionelle Verankerung und tatsächliche Umsetzung des Sponsorings an ihrer Hochschule. Es wird eine Gruppengröße pro Workshop von mindestens 15 bis maximal 25 Teilnehmern angestrebt.

1) Themen:

Praxis-Workshop I zum Hochschul-Sponsoring – Gestaltung von Sponsoring-Angeboten

Termin: 11. April 2016 (12.00-18.30 Uhr) und 12. April 2016 (9.00-14.00 Uhr)

Ort: Universität Leipzig

Thematische Schwerpunkte (Auswahl):

- Rahmenbedingungen für die Gestaltung von Sponsoring-Angeboten an Hochschulen
- Elemente zur Gestaltung von Sponsoring-Angeboten
- Ausarbeitung der für die eigene Institution passenden Sponsoring-Angebote

Für Details siehe ausführlichere Workshop-Beschreibung.

Praxis-Workshop II zum Hochschul-Sponsoring – Akquise von Unternehmen

Termin: 15. Juni 2016 (12.00-18.30 Uhr) und 16. Juni 2016 (9.00-14.00 Uhr)

Ort: Technische Universität Darmstadt

Thematische Schwerpunkte (Auswahl):

- Gespräche mit Unternehmen als Sponsoren vorbereiten und führen
- Verschiedene Ansprachestrategien bei Unternehmen
- Gesprächstrainings für Sponsoring-Akquise bei Unternehmen

Für Details siehe ausführlichere Workshop-Beschreibung.

Zielstellung:

Die zwei Workshops sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer anhand der bereitgestellten Unterlagen sowie auf Basis der umfassenden Hochschul-Sponsoring-Erfahrung der Referenten dazu zu befähigen,

- attraktive und zur eigenen Institutionen passende Sponsoring-Angebote für Unternehmen im Rahmen des Workshops konkret zu entwickeln (Workshop I) und
- die Akquise von Unternehmen als Sponsoren für die eigene Institution professionell und mit Freude anzugehen (Workshop II).

Besonderer Fokus liegt aufgrund der in früheren Workshops geäußerten Nachfrage darin, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den ganz konkreten Sponsoring-Fragestellungen der eigenen Institution arbeiten und dabei Feedback und Coaching (soweit möglich) von den Referenten erhalten können. Insofern bietet die Buchung beider Workshops die Möglichkeit, das im ersten Workshop entwickelte Sponsoring-Angebot für die eigene Hochschule im zweiten Workshop gemeinsam mit den Referenten für die Akquise weiterzuentwickeln.

2) Kosten:

Für die Teilnahme am zweitägigen Workshop sowie die Workshop-Unterlagen fallen folgende Kosten an:

- Für Verbandsmitglieder: 490 Euro pro Workshop (beide Workshops für 900 Euro)
- Für Nichtmitglieder: 590 Euro pro Workshop (beide Workshops für 1.100 Euro)

In den Kosten sind die Workshop-Veranstaltung inkl. Workshop-Unterlagen, zwei Mittagssnacks sowie zweimal Kaffee und Seminarertränke enthalten. Die Kosten verstehen sich inklusive Umsatzsteuer und Verpflegung, aber exklusive Anfahrt, Unterkunft und Abendprogramm.

Die beiden Workshops können unabhängig voneinander gebucht werden, da sie jeweils für sich thematisch abgeschlossen sind. Eine **gemeinsame Buchung beider Workshops** gibt – neben dem preislichen Vorteil – die Möglichkeit, das im ersten Workshop entwickelte Sponsoring-Angebot für die eigene Hochschule im zweiten Workshop gemeinsam mit den Referenten für die Akquise weiterzuentwickeln.

3) Teilnahmezertifikate:

Für den Besuch jedes Workshops erhält man von alumni-clubs.net ein Zertifikat in Form einer qualifizierten Teilnahmebestätigung.

4) Veranstalter:

alumni-clubs.net e. V., der gemeinnützige Verband der Alumni-Organisationen im deutschsprachigen Raum, besteht seit 2001 als eingetragener Verein. Weitere Aktivitäten sind u.a. die Jahreskonferenzen der Hochschulen und Alumni-Organisationen und die Herausgabe der Alumni-Schriftenreihe.

*** Bei weniger als 15 Anmeldungen kann der Workshop nicht durchgeführt werden. Können nicht alle Workshop-Anmeldungen berücksichtigt werden, so entscheidet die Reihenfolge des Eingangs (Verbandsmitglieder und Hochschulvertreter werden bevorzugt berücksichtigt). Bei großer Nachfrage wird der Workshop nach Möglichkeit nochmals angeboten, die nicht berücksichtigten Anmeldungen gelangen dann auf eine Warteliste.*