

HERZLICH WILLKOMMEN

10. Juni 2021 - 16:30 Uhr

BEST PRACTICE 3 – Strategische Partnerschaften

Hochschule Esslingen, Alfred Hans Feiler

INHALT

- I Die Hochschule Esslingen
- I Fundraising: Verständnis und Abgrenzungen
- I Exposee: Der Weg zum Kunden
- I Erfahrungen und Ergebnisse
- I Austausch

DIE HOCHSCHULE IN ZAHLEN

- | **6.500** Studierende
- | **3** Standorte
- | **6** Fakultäten
- | **5** Zentrale wissenschaftliche Einrichtungen - ZWE
- | **28** Bachelor-Studiengänge
- | **14** Master-Studiengänge

- | **50** Labore
- | **25** Steinbeis-Transferzentren
- | **245** Professorinnen und Professoren
- | **420** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- | **460** Lehrbeauftragte
- | **62** Mio. Jahresbudget

Zahlen gerundet

UNSER PROFIL - TECHNIK – WIRTSCHAFT – SOZIALES

Struktur – Neue Hochschule Esslingen seit März 2021

- | Mobilität und Technik
- | Maschinen und Systeme
- | Angew. Naturwissenschaften
Energie-und Gebäudetechnik
- | Informationstechnik
- | Soziale Arbeit,
Bildung und Pflege
- | Wirtschaft und Technik
- standortübergreifend mit
Esslingen Stadtmitte



Esslingen Stadtmitte



Esslingen Flandernstraße



Göppingen

FUNDRAISING: VERSTÄNDNIS UND ABGRENZUNGEN

„Fundraising ist eine Kombination aus Marketing, Vertrieb und Organisationsentwicklung mit der Zielsetzung, Mittel einzuwerben oder deren Abfluss zu vermeiden. Die Arbeit im Fundraising (FR) sollte sich stets an sozialwissenschaftlichen Modellen orientieren. Modelle müssen in der Praxis getestet, korrigiert und verbessert werden.“

Navigieren:
strategisch/
operativ

Managen im
Fundraising



Fundraising-
Tableau

Rahmen-
Bedingungen

Quellen: (1) Freiburger Management-Modell, (2) Fredmund Malik „Management“, (3) Gabriele Oettinger „Die Psychologie des Gelingens“, (4) Götz Schmidt „Methoden und Techniken der Organisation“, (5) St. Galler Management-Modell, (6) Handbuch Fundraising Akademie Frankfurt.



EXPOSEE: DER WEG ZUM KUNDEN (EBENE 1)



EIN MIX FÜR MARKE, BRANDING UND RECRUITING

| Vor-Auswahl | Bewertung (5 sehr wichtig bis 1 unwichtig) | Kontaktzahlen p.a. (prognostiziert) | Kosten p.a. |
|---|---|--|---------------|
| 01 Raumsponsoring / = Marke und Branding zielgruppengenau | 5 4 3 2 1 | 15.000 | 3.000-8.500 € |
| 02 Teilnahme an Programmen des Career Centers / = allgemein, MINT-Fächer, Mentoring | 5 4 3 2 1 | 1000 | Zeitspende |
| 03 Drittmittelaufnahme auch für Sie / = Programme: EU, Bund, Land, Stiftungen | 5 4 3 2 1 | offen | ab 5.000 € |
| 04 Deutschlandstipendium / = im Dreiecksverhältnis Bund/Hochschule, Fördernde und Studierende | 5 4 3 2 1 | 15.000 | ab 1.800 € |
| 05 Südweststipendium / = Kooperationen zwischen Hochschule und mittelständischen Unternehmen | 5 4 3 2 1 | individuell | individuell |
| 06 Mitgliedschaft im Verein der Freunde (VdF) / = Netzwerke bilden und vertiefen | 5 4 3 2 1 | 30.000 | ab 150 € |
| 07 Duale Studienmodelle / = Ausbildungintegrierte Modelle (5 Jahre) - geeignet für leistungsorientierte AbiturientInnen - Stärkung des Praxisbezugs - Kombination aus Berufsausbildung und Studium Modell 1: MechatronikPlus (MPO) Modell 2: E-MobilityPlus (EPO) / = Praxisintegrierte Modelle (3,5 Jahre) - geeignet für überdurchschnittliche FacharbeiterInnen und leistungsorientierte AbiturientInnen - Stärkung des Praxisbezugs - Kombination aus Präsenzzeiten in der Firma und Studium Modell 3: MechatronikCan (MCO) | 5 4 3 2 1 | offen | auf Anfrage |
| 08 Jobportal Career Link der Hochschule Esslingen / = Unternehmensprofile, Stellenprofile, Events | 5 4 3 2 1 | 5.000 | kostenlos |

Vor-Auswahl

Bewertung

(5 sehr wichtig bis 1 unwichtig)

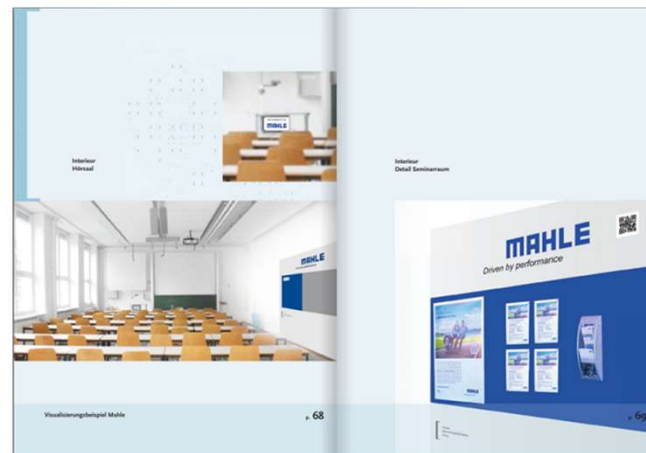
| | |
|--|---|
| 11 Teilnahme an Jubiläen der Hochschule / = persönliche und finanzielle Beteiligungen Beispiel 100-Jahr-Feier, 2014 | 5 4 3 2 1 |
| 12 Stiftungsprofessuren / = Fakultätsschwerpunkte | 5 4 3 2 1 |
| 13 Exkursionen/Firmenbesichtigungen/Workshops / = Branchen und Schwerpunkte | 5 4 3 2 1 |
| 14 Beteiligung und Förderung des Labormbaus Fakultät Gebäude, Energie, Umwelt / = Fakultät: Versorgung und Umwelt Marke und Branding in den Labors/Foyers | 5 4 3 2 1 |
| 15 Beteiligung an studentischen Projekten / = Autonomes Fahren / = formula student (Rennstall) / = formula student (E.stall) / = Campus Leben e.V. / = Flugtechnische Arbeitsgemeinschaft (FTAG) | 5 4 3 2 1 5 4 3 2 1 5 4 3 2 1 5 4 3 2 1 5 4 3 2 1 |
| 16 Allgemeine Campuswerbung / = Werbemittel, Werbeträger? | 5 4 3 2 1 |
| 17 Vergabe von Preisen für „gute Noten“ / = bei Abschlussfeiern, Veranstaltungen | 5 4 3 2 1 |
| 18 Beteiligung an der Bildungsstiftung der Hochschule Esslingen / = | 5 4 3 2 1 |
| 19 Vergabe von Preisen für „gute Noten“ / = bei Abschlussfeiern, Veranstaltungen | 5 4 3 2 1 |
| 20 Veranstaltungen mit dem Career Center / = Career Days und Career Week | 5 4 3 2 1 |

EXPOSEE: DER WEG ZUM KUNDEN (BEISPIEL AUS EBENE 2)



Auswahlbroschüre für
Unternehmen/Sponsoren

EXPOSEE: DER WEG ZUM KUNDEN (BEISPIEL AUS EBENE 2)



EXPOSEE: DER WEG ZUM KUNDEN (BEISPIEL AUS EBENE 2)

Initiativstifter und Gründer

Mit besonderer Unterstützung
Kreissparkasse Esslingen-Münchingen

Partner

www.stiftung-he.de

Bildungsstiftung Hochschule Esslingen

Wir sind dabei!

Bildungsstiftung Hochschule Esslingen

0000 0000 0000 0000

GÜLTIG VON VALD FROH GÜLTIG BIS VALD THRU

00/00 00/00

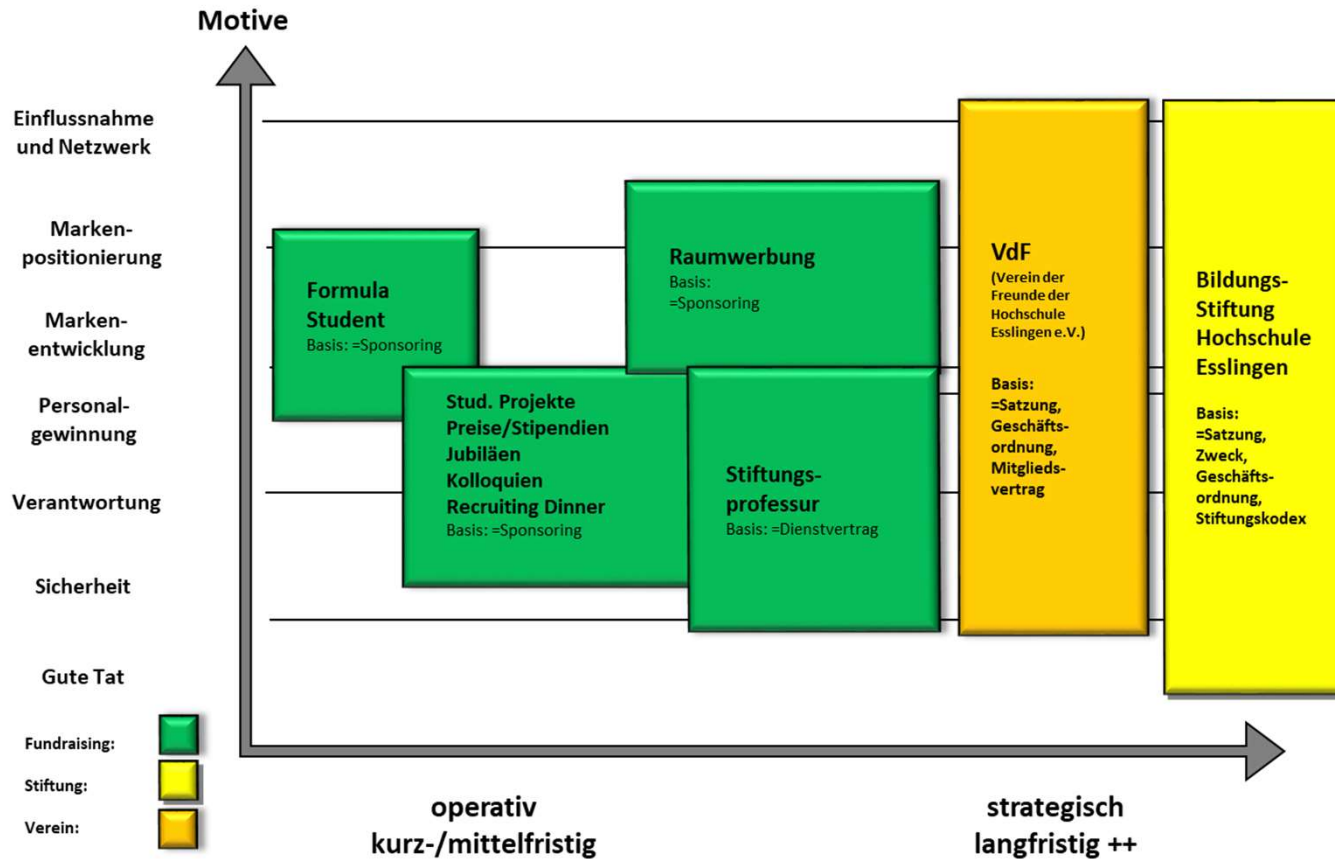
Max Mustermann

Informationen für Stifter, Erblasser und Spender

www.stiftung-he.de

Initiativstifter und Gründer

ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE



AUSTAUSCH



WIR FREUEN UNS DARAUF KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN ZU VERTIEFEN

Kontakte

Dipl.-Betriebsw. (FH) Alfred Hans Feiler
Strategische Partnerschaften / Fundraising
alfredhansfeiler@gmail.com