

All for One Steeb AG

Suchbegriff 1. All for One, -Steeb AG

Verlag Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG, URL: www.stimme.de
Redaktion Heilbronner Stimme Redaktion, Tel.: 07131 615 0, E-Mail: redaktion@stimme.de

 Ausgabe 27.09.2016
Seite 5
Rubrik WirtschaftsStimme

Medientyp Tageszeitungen
Erscheinungsweise täglich
Branche Nicht branchenspezifisch
Bundesland Baden-Württemberg

Publikation	verkauft	verbreitet	gedruckt	Reichweite Mio	Medien-Nr.
✓ Heilbronner Stimme	83.903	86.366	87.487	0,23	1170
✓ Hohenloher Zeitung	17.371	18.183	19.141	0,05	1156
✓ Heilbronner Stimme Kraichgau Stimme	5.821	5.976	6.454	0,02	11426
✓ Heilbronner Stimme LT Leintal	3.992	4.074	4.360	0,01	93125
✓ Heilbronner Stimme NM Neckarsulm	11.103	11.380	11.856	0,03	1126
✓ Heilbronner Stimme NO Nordost	4.700	4.831	5.161	0,01	93126
✓ Heilbronner Stimme SO Südost	6.439	6.590	6.939	0,02	93127
✓ Heilbronner Stimme SW Lauffen / Neckar	7.886	8.058	8.447	0,02	1172
✓ Heilbronner Stimme WT Weinsberger Tal	7.278	7.470	7.933	0,02	1129
9 Ausgabe/n mit der Meldung					
9 gelesene Ausgaben in der Gru					
Gesamtverbreitung	83.903	86.366	87.487	0,23	

ARGUS® Ausschnitt Medienbeoba

Von unserem Redaktionsmitglied
Janis Dietz

Zur Vorlesung strömen die Studierenden in den Hörsaal, an der Tür prangt ein Unternehmenslogo. Gleich fängt die Vorlesung an, während der Beamer hochfährt, erscheint wieder das Logo – genau wie auf dem großen Werbeplakat an der Wand.

Für Studenten der Hochschule Heilbronn ist das ganz normal. Neun von 30 Hörsälen tragen den Namen und die Werbung eines Unternehmens – viele davon stammen aus der Region. Das Sponsoring sei, neben dem Deutschlandstipendium, „eine gute Möglichkeit, um bei den Studierenden bekannt zu werden“, sagt Anja Grunwald, Referentin für Fundraising an der Hochschule Heilbronn.

Seit zwei Jahren bietet die Hochschule diese Form der Werbung an. Seit diesem Herbst zahlt auch das IT-Unternehmen All for One Steeb aus Filderstadt für einen Hörsaal. Man mache Studenten so früh mit dem Unternehmen bekannt, sagt Personalleiterin Claudia Abele. „Klar, dass die dann auch an uns denken, wenn Studienpraktika, ihre Abschlussarbeit oder ihr Berufseinstieg anstehen.“

Auch Ferchau Engineering will mit einem gesponserten Hörsaal früh die Studierenden auf sich aufmerksam machen. „Außerdem möchten wir zeigen, was es für interessante Unternehmen in der Region gibt, und so die Attraktivität des Raums Heilbronn als Arbeitsort steigern“, sagt Horst Rippel, Niederlassungsleiter Ferchau Heilbronn.

Kosten Zwischen 4000 und 10000 Euro zahlt ein Unternehmen für die Werbebotschaften im und am Hörsaal, der Preis variiert je nach Anzahl der Sitzplätze. Dafür dürfen die Unternehmen den Hörsaal einmal im Jahr für Veranstaltungen nutzen und Kontakte knüpfen. Für viele Unternehmen ist das Hörsaalsponsoring nur ein Teil ihres Engagements an der Hochschule. Grunwald ermutigt auch andere Arbeitgeber, auf die Hochschule zuzugehen: „Wir würden uns wünschen, dass Firmen mit uns in Kontakt kommen, mit denen wir noch wenig zu tun haben.“

Eine weitere Möglichkeit zur Zusammenarbeit bietet das Unternehmensstipendium. Im Gegensatz zum Deutschlandstipendium kann der Arbeitgeber dabei stärker mitbestimmen, wer das Stipendium bekommt. Es sei ein „hochschulunterstützter Auswahlprozess“, erklärt Anja Grunwald. Der Student richtet seine Bewerbung an das Unternehmen. Für die monatliche Förderung von 300 Euro gibt

286.209.771



0

AUSSCHNITT • Deutsche Med

Gneisenaustraße 66 • D-10961 Berlin • T +49 30 203987 0 • F +49 30 203987 77 • sales@ausschnitt.de • www.ausschnitt.de



Zum Vorlesungsbeginn ein bisschen Werbung: Ein Element des Hörsaal-Sponsorings.
Foto: Andreas Veigel

Vom Hörsaal in den Beruf

Durch Werbung an der Hochschule und Förderung wollen Unternehmen Studenten in der Region halten

es – anders als beim Deutschlandstipendium – keine staatliche Unterstützung.

Vor einem Jahr hat die Hochschule mit zwei Unternehmensstipendien angefangen, im jetzt startenden Wintersemester sind es vier. Eines davon stammt vom Ventilhersteller Gemü aus Ingelfingen. „Wir erhoffen uns durch diese Maßnahme eine langfristige Bindung auch über das Studium hinaus“, sagt Unterneh-

menssprecherin Ivona Jovic. Die Stipendiaten will man für Abschlussarbeiten oder Praxissemester gewinnen. Es sei eine Investition in die Region, so Jovic: „Wir möchten auch in der Zukunft am Standort Hohenlohe entwickeln und produzieren. In unserer ländlich geprägten Region muss man dafür einigen Einsatz bringen und dazu sind wir gerne bereit.“

Auch der Ingenieurdienstleister Euro Engineering bietet ein Unternehmensstipendium an: „Wir sehen darin eine hervorragende Investition in die berufliche Zukunft der Kandidaten und erfüllen unseren Bildungsauftrag“, sagt Beate Bretzger, Niederlassungsleiterin in Stuttgart. Man wolle den Studenten Einblicke in den beruflichen Alltag vermitteln und sich frühzeitig vernetzen. Die Stipendiaten werden bei Marketingaktionen und Messeauftritten eingesetzt.

Mit der Förderung habe man bei Euro Engineering sehr gute Erfahrungen gemacht, erklärt Bretzger. Gemü ist mit den

verschiedenen Stipendien-Modellen, die es anbietet „insgesamt sehr zufrieden“. „Es haben sich schon einige langfristige Arbeitsverhältnisse entwickelt“, sagt Ivona Jovic. Auch Ferchau freut sich: „Der Bekanntheitsgrad und das Interesse an unserem Unternehmen ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen.“

Die Hochschule ist mit dem Erfolg der Sponsoring-Aktionen ebenfalls zufrieden. Während beim Deutschlandstipendium mit 118 von 126 möglichen Plätzen die Höchstgrenze fast ausgeschöpft ist, gibt es beim Hörsaalsponsoring und dem Unternehmensstipendium noch Wachstumspotenzial. „Nicht alle der 30 Hörsäle sind für das Sponsoring geeignet“, schränkt Anja Grunwald zwar ein. Aber einige Unterrichtsräume und Labore sind noch zu vergeben. Beim Unternehmensstipendium sieht die Hochschul-Fundraiserin das größte Potenzial: „Dass kann es noch deutlich hochgehen, die einzige Grenze ist irgendwann der Verwaltungsaufwand.“