

STIFTUNGSKOMMUNIKATION

Biete Förderung, suche Stipendiaten

Wie Stiftungen junge Zielgruppen über Bande erreichen können – drei Beispiele aus dem Alltag einer lokal operierenden Stiftung

» » » Es ist ein geliebtes Ritual – die Einwohner unserer Stadt dafür zu begeistern, sich um Stipendiaten unserer Stiftung, der Stiftung

Polytechnische Gesellschaft Frankfurt am Main, zu bewerben. Als lokale, operativ wie fördernd arbeitende Mehrspartenstiftung sprechen wir dabei eine große Bandbreite von Zielgruppen an: Studierende, Senioren, Berufstätige, Grundschüler – um nur einige zu nennen. Dementsprechend schneiden wir unser Kommunikationsrepertoire passgenau auf die verschiedenen Ausschreibungszielgruppen zu.

Zum Beispiel Kinder und Jugendliche: Für sie bieten wir verschiedene Programme an, von denen drei ganz besonders gefragt sind – der DeutschSommer, das Diesterweg-Stipendium und die StadtteilBotschafter (siehe Kasten).

Lehrkräfte als Türöffner in die Grundschulen

Im DeutschSommer stehen aktuell 180 finanzierte Stipendienplätze zur Verfügung, die wir in Kooperation mit Frankfurter Grundschulen besetzen – denn die Kinder sind noch zu jung, um sich selbst zu bewerben, und die Eltern oft zögerlich, ihre Kinder für die Sprachfreizeit anzumelden. Wir spielen also kommunikativ über Bande und veranstalten dazu etwa sieben Monate vor Projektstart mit dem Staatlichen Schulamt eine Informationsveranstaltung für Grundschullehrkräfte. Dort erfahren sie die fachlichen und organisatorischen Details zum Projektablauf im Folgejahr und erhalten Flyer zur Ansprache der Eltern potenzieller Teilnehmer. Im Anschluss haben sie ein gutes Vierteljahr Zeit zur Auswahl der Schüler und zur

Durchführung des Sprachtests, mit dem beurteilt wird, welche Schüler den größten Deutsch-Förderbedarf haben. Darüber hinaus führen die Lehrkräfte Elterngespräche, um über das Projekt zu informieren, Fragen zu beantworten und den Familien beim Ausfüllen des Anmeldeformulars zu helfen. In der Regel gehen so über 250 Bewerbungen jährlich ein.

Auch im Diesterweg-Stipendium stellen Grundschullehrkräfte den Kontakt zur Zielgruppe her. Gut sechs Monate vor der Aufnahme neuer Stipendiaten erhalten die Schulleitungen und Klassenlehrer der dritten Klassen ein diesbezügliches Aufrufschreiben, die aktuelle Projektbroschüre und Empfehlungsformulare; denn in diesem Fall werden die Stipendiaten nicht von den Eltern angemeldet, sondern von den Schulen vorgeschla-

Die erwähnten Projekte in Kürze

Der unlängst mit dem Kulturpreis Deutsche Sprache ausgezeichnete **DeutschSommer** fördert Drittklässler, die Probleme mit der deutschen Sprache haben. Bei der dreiwöchigen Sprachfreizeit in den Sommerferien stehen Grammatik, Theater und Spiel im Mittelpunkt.

Das **Diesterweg-Stipendium** für Kinder und ihre Eltern ist Deutschlands erstes Bildungsstipendium für Familien. Es begleitet diese beim Schulwechsel von der Grund- zur weiterführenden Schule und ermöglicht so begabungsgerechte Bildungskarrieren.

Im Projekt **StadtteilBotschafter** fördert die Stiftung junge Frankfurter zwischen 17 und 27 Jahren, die ehrenamtlich eigene gemeinnützige Projekte umsetzen, um so die Lebensqualität in ihren Quartieren zu steigern.



STEPHAN M. HÜBNER

ist Bereichsleiter Information und Kommunikation bei der Stiftung Polytechnische Gesellschaft Frankfurt am Main.



JENS-EKKEHARD BERNERTH

arbeitet im Bereich Information und Kommunikation bei der Stiftung Polytechnische Gesellschaft Frankfurt am Main und betreut dort die digitale Kommunikation.

Weitere Informationen

huebner@sptg.de

www.deutschsommer.de

www.diesterweg-stipendium.de

www.stadtteilbotschafter.de

www.sptg.de

gen. So wird gewährleistet, dass die Schüler, die in die engere Wahl kommen, den Projektvoraussetzungen genügen, also das Potenzial für eine höhere Schulbildung mitbringen, aber eine zusätzliche Förderung, besonders im Bereich der Sprachkompetenz, benötigen und aus Familien mit erschwerten Bedingungen stammen. Dabei werden auch Empfehlungen weiterer Stiftungen, städtischer Ämter sowie außerschulischer Bildungseinrichtungen oder -programme, z.B. dem DeutschSommer, berücksichtigt. Um Fragen zu beantworten und zu informieren, besuchen die Projektmitarbeiterinnen bei Bedarf auch Schulleiterdienstbesprechun-

gen, Schulleitungen oder Lehrerkonferenzen. Sind alle Vorschläge eingetroffen, werden persönliche Kennenlerngespräche organisiert. Erfahrungsgemäß kann etwa ein Drittel der vorgeschlagenen Familien aufgenommen werden.

Methodenmix für eine vielfältige Zielgruppe

Im Unterschied zu den zuvor genannten Programmen haben wir es bei den StadtteilBotschaftern mit einer Zielgruppe zu tun, die selbstständig über ihre Projektteilnahme entscheidet. Sie muss deshalb direkt angesprochen werden – und vielfältig, denn es gilt Schüler, Studenten, Azubis und junge Berufs-

tätige zu erreichen. Ausnahmsweise haben wir dazu das sonst eher klassisch gehaltene Corporate Design der Stiftung aufgebrochen und unter Beibehaltung von Stiftungsfarben und -typografie ein urban anmutendes, junges Projekt-CD entwickelt. Dieses findet sich auf allen Materialien, die für die StadtteilBotschafter werben: auf Plakaten, auf Seitenscheibenaufklebern für U-Bahn- und Busfenster, auf visitenkartengroßen Hosentaschenplakaten zum Liegenlassen in der Stadt, in der Ausschreibungsbroschüre und auf der Homepage, die auch die Möglichkeit der Online-Bewerbung bietet. Aus diesem Pool und weiteren projektspezifi-

Anzeige STIFTUNGSPARTNER



busenbender



integral leadership

Wer könnte jemandem wie Ihnen im Stiftungsvorstand nachfolgen?

- Strukturierung und Begleitung des Auswahlprozesses
- Präsentation geeigneter Kandidaten
- Onboarding Coaching

„Bei der Suche nach Geschäftsführern kommt es auf Fingerspitzengefühl und Erfahrung an. In beidem hat uns Busenbender International ganz besonders überzeugt.“

Andreas Schlüter, Generalsekretär beim Stifterverband

Busenbender International GmbH
Hegelplatz 1, 10117 Berlin

+49 (0)30 206 14 18 -11
www.busenbender.de

schen Unterlagen stellen wir aber auch digitale oder analoge Info-päckchen für Jugendeinrichtungen, Vereine, Schulen, Hochschulen und viele andere Stakeholder-Kreise zusammen. Sie gehen dann ihrerseits auf geeignete Kandidaten aus ihren Einrichtungen und Umfeldern zu. Dazu kommt noch die persönliche Ansprache durch die Projektmitarbeiter selbst – etwa bei einer Hochschulveranstaltung wie der unistart-Messe der Frankfurter Universität.

Daneben bewerben wir die StadtteilBotschafter über Fanpages einzelner Stipendiatenprojekte und eine übergeordnete Projektseite auf Facebook. So wer-

den die Stipendiaten selbst, ihre Freundeskreise, die Kontakte, die sich über unterstützende Institutionen ergeben, und die Menschen, die über Hashtags zufällig auf das Projekt aufmerksam werden, zu Multiplikatoren und Rezipienten der Ausschreibung. Die Facebook-Kommunikation stimmen wir übrigens eng auf die Inhalte der Stiftungshomepage und die Pressearche zum Projekt ab, denn bei den StadtteilBotschaftern nutzen wir im Gegensatz zu Diesterweg-Stipendium und Deutsch-Sommer auch unsere Medienkontakte, um die Ausschreibung zu bewerben – direkt oder indirekt in Zusammenhang mit Berichten

über Veranstaltungen, einzelne Stipendiaten oder Projektwirkungen.

Übrigens setzen wir die Facebook-Funktion der geschlossenen Gruppe auch zur Kommunikation mit Stipendiaten und Alumni ein, ergänzt um Gruppen-Chats und Broadcast-Listen auf WhatsApp. Damit lassen sich die jungen Zielgruppen verlässlicher und verbindlicher ansprechen als z.B. per E-Mail. Aber das ist schon wieder ein neues Thema ... « « «

Erzählen Sie Ihre Geschichte.

Am 1. Oktober finden bundes- und europaweit Aktionen von gemeinnützigen Stiftungen statt. Ob Projektbesuch, Kunstausstellung oder Waldspaziergang, zeigen Sie, was Sie tun und wo Sie wirken. Machen Sie mit beim Tag der Stiftungen 2017.

www.tag-der-stiftungen.de
#tagderstiftungen



Ein Projekt des



unterstützt von

