
W 14 - U 4327

Management-Handbuch Bildungssponsoring

**Grundlagen, Ansätze und Fallbeispiele
für Sponsoren und Gesponserte**

Herausgegeben von
Dr. Ariane Bagusat,
Professor Dr. Arnold Hermanns

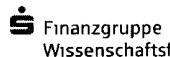
Georg-Eckert-Institut
für Internationale
Schulbuchforschung
Braunschweig
Wiss. Bibliothek-

Erich Schmidt Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
ESV.info/3 503 09388 5



**Finanzgruppe
Wissenschaftsförderung**

*Die Veröffentlichung wurde gefördert von der
Wissenschaftsförderung der Sparkassen-Finanzgruppe e. V.*

ISBN-13: 978 3 09388 5
ISBN-10: 3 503 09388 5
ISSN: 0944-4351

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2006
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der
Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch
bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den
strengen Bestimmungen der US Norm ANSI/NISO Z39.48-1992
als auch der ISO Norm 9706

Druck Difo-Druck Bamberg *5.2007/2x*

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Einführung

*Prof. Dr. Arnold Hermanns/Dr. Ariane Bagusat
(Universität der Bundeswehr München)*

Wirtschaft und Bildung: Symbiose oder Antipode?..... 3

Kapitel 2: Grundlagen des Bildungssponsoring

**2.1 Definition, Entwicklung und Auswirkungen des
Bildungssponsoring**17

Dr. Ariane Bagusat (Universität der Bundeswehr München)

Grundlagen des Bildungssponsoring: Bedeutung, Definition,
Erscheinungsformen und Rahmenbedingungen19

Prof. Dr. Heide Ziegler (Universität Stuttgart)

Die Entwicklung des Bildungssponsoring – ein nicht ganz triviales
Thema, aufgezeigt am Vergleich des Hochschulsponsoring in den USA
und Deutschland31

Dr. Dr. Gerhard Beisenherz (Deutsches Jugendinstitut)

Auswirkungen des Schulsponsoring in Deutschland47

2.2 Arten des Bildungssponsoring63

Martin Gries (Bücherpiraten e.V.)

Grundlagen und Erscheinungsarten des Kindertagesstätten-Sponsoring65

Jan Dirk Kemming (Bilkent University Ankara)

Formen des Schulsponsoring: Chancen, Probleme und Grenzen bisheriger
Ansätze75

Thomas Osburg (Intel GmbH)

Grundlagen und Arten des Hochschulsponsoring93

*Prof. Dr. Karin Reinhard (BA University of Cooperative Education
Ravensburg)/Prof. Dr. Dietmar Waterkamp (TU Dresden)*

Formen des Bildungssponsoring an berufsbildenden Schulen111

Inhaltsverzeichnis

2.3 Sozial-ethische und politisch-rechtliche Rahmenbedingungen..... 127

Kirstin Schiewe

(Impulse - Beratung und Seminare für Non-Profit-Organisationen)

Die ethisch-moralischen Grenzen des Bildungssponsoring – Kriterien in
der Finanznot..... 129

Dr. Ludwig Eckinger (Verband Bildung und Erziehung e.V.)

Ethische Rahmenbedingungen des Bildungssponsoring – dargestellt am
Beispiel des Schulsponsorings..... 141

Regierungsdirektor Hans Meyer-Albrecht

(Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt)

Überblick zu Rechtsfragen des Bildungssponsoring – dargestellt am
Beispiel des Schulsponsorings..... 151

Kapitel 3: Managementansätze

3.1 Grundlagen 169

Prof. Dr. Arnold Hermanns/Dr. Ariane Bagusat

(Universität der Bundeswehr München)

Grundlagen zum Management des Bildungssponsoring aus Sicht der
Sponsoren und Gesponserten 171

3.2 Die Sicht der Sponsoren 185

Stephanie C. Kiendl (Universität der Bundeswehr München)

Bildungssponsoring im Rahmen der integrierten

Marketingkommunikation 187

Birgitt A. Cleuvers/Dr. Dieter Dohmen

(Forschungsinstitut für Bildungs- und Sozialökonomie (FIBS))

Anforderungen an das Management eines Sponsoring von

Kindertagesstätten 201

Brigitte Schünemann (GFS Europe EWIV)

Das Management eines Schulsponsorships durch Einschaltung einer

Sponsoringagentur 217

Inhaltsverzeichnis

3.3 Die Sicht der Gesponserten	227
<i>Dr. Christoph Mullerleile (Deutscher Fundraising Verband e.V.)</i> Entwicklung und Umsetzung eines Sponsoring-Konzeptes – die zehn wesentlichen Schritte zum Erfolg	229
<i>Dr. Marita Haibach (Brakeley Limited)</i> Zur Erschließung „privater“ Finanzierungsquellen – Sponsoring als Instrument des Fundraising	241
<i>Christa Zeller (Fachhochschule Heilbronn)</i> Konzeption, Durchführung und Kontrolle eines Sponsorship aus Sicht von Kindertagesstätten	253
<i>Gerhard Regenthal (Corporate Identity Akademie)</i> Corporate-Identity-Strategien als Basis für ein erfolgreiches Sponsoring für Schulen	269
<i>Dr. Stefanie Beier (Universität Hannover)</i> Anforderungen an das Management eines Hochschul-Sponsoring	287
<i>Prof. Dr. Karin Reinhard (BA University of Cooperative Education Ravensburg)/Thomas Osburg (Intel GmbH)</i> Entwicklung einer Marketing-Konzeption für universitäres Fundraising	301

Kapitel 4: Fallbeispiele

<i>Birgitt A. Cleuvers (Forschungsinstitut für Bildungs- und Sozialökonomie (FIBS))</i> Praxisbeispiel Kindergartensponsoring	317
<i>Birgit Hackl/Christoph Potting (Script - Corporate + Public Communication GmbH)</i> „Achtz – Stohn – Knatter – Ratter“ Die Fantasiemaschine – Bildungssponsoring als Schnittstellenmanagement	329
<i>Manfred Weber/Stefanie Gleim (Konzept 360° GmbH & Co KG)</i> 360° Bildungsprojekte – Ein Praxisbeispiel zum Schulmarketing	343
<i>Tilman Falt/Enno Urbeinz (Bob Bomliz Group)</i> Schulsponsoring als Bestandteil des Basketball-Sponsoring der Deutschen Bahn AG Bahn Basketball Academy at School	353
<i>Christine Kadolli (Deutscher Sparkassenverlag Stuttgart)</i> Sparkassen-SchulService Schulmarketing mit Tradition	365

Inhaltsverzeichnis

<i>Dr. Hans Georg Helmstädtter (HHL - Leipzig Graduate School of Management)</i>	
Hochschulsponsoring am Beispiel der privaten Business Schools.....	373
<i>Rolf Prudent (Lernende Region Tölzer Land gGmbH Bad Tölz)</i>	
Bildungssponsoring in Lernenden Regionen	387

Kapitel 5: Perspektiven

<i>Dr. Dieter Mussler (Dr. Mussler & Partner)</i>	
Entwicklungstendenzen im Bildungssponsoring	405
Autorenverzeichnis	423
Stichwortverzeichnis	433