

Viele Wege, ein Ziel:

**Verschiedene Akquisitionsansätze auf
dem Prüfstand**

Verfasser*in: Jana Borghardt &

Christine Ruhfus-Kirsch

Datum: 18.06.2024

Akquisemaßnahmen



- Vor Beginn des neuen Förderjahres (Februar-Juni):
 - ▶ Anfrage der aktuellen Förderer*innen bzgl. **Weiterförderung**
 - ▶ Anfrage **ehemaliger Förderer*innen** bzgl. **Wiedereinstieg**
- **Besuch von Karrieremessen** an den Fachbereichen ▶ Ansprache der teilnehmenden Unternehmen (je nach Veranstaltungen)
- Anträge bei **Stiftungen** (unterjährig)



Postalische Versandaktionen/ Kaltakquise (2021/2022/2023):

- Imagefilm auf USB-Stick in Versand-Box, Anschreiben im Namen des Rektors und Flyer
- Zielgruppe: Unternehmen aus Dortmund & Umkreis 50 km/ Verantwortliche der Bereiche Geschäftsführung, HR, Personalmarketing, Kommunikation
- Anschreiben unterteilt nach Themen Gewinnung Nachwuchskräfte, CSR, Netzwerk; 2021/2022 ► Fokus 50jähriges Jubiläum



Postalische Versandaktion/ Warmakquise (März 2024):

- Anschreiben im Namen der Rektorin und Flyer (400 Stk.)
- Zielgruppe: Dortmunder Unternehmen, die bereits mit der Hochschule kooperiert haben, um Kontakte zu Studierenden zu erhalten (Online-Stellenmarkt, Karrieremessen FB Wirtschaft und FB Soziale Arbeit);
- Inhaltlicher Aufhänger: Gewinnung von Nachwuchskräften
- Datenquelle: Kontaktdaten vom Career Service und den Fachbereichen
- Ergebnis: ein neuer Förderer, eine Rückmeldung steht noch aus



Anzeigenkampagne bei LinkedIn (Laufzeit 2 x 14 Tage im April/Mai 2024):

- Anzeigenmotiv mit Variationen, Landingpage mit Kontaktoption
- Targeting:
 - ▶ Personen mit der Jobbezeichnung HR Director, Geschäftsführer, Head of HR, Vorstandsmitglied, HR-Manager, HR-Executive, HR-Büroleiter, Vertriebsgeschäftsführer, Executive Head, Leiter der Personalabteilung, CEO
 - ▶ geografische Eingrenzung: Kreis Unna, Kreis Soest, Hamm, Siegen-Wittgenstein, Olpe/ Oberbergischer Kreis, Hochsauerlandkreis, Märkischer Kreis/ Herne, Bochum, Essen, Dortmund, Hagen, Ahlen

In Planung



Sammlung von Online-Spenden/ Kleinspenden:

- Zusätzlich zu den Jahresstipendien soll das DLS auch durch kleine Spendenbeiträge unterstützt werden können.
- Derzeit in Umsetzungsphase ► Nutzung Spendentool zur Abwicklung der Onlinespenden; Gestaltung der Website & Medien
- Spendenkampagnen für die Zielgruppen Alumni und Mitarbeiterschaft
- Idee Rektoratsstipendium

Fazit und Fragen zur Diskussion



- Lohnen sich postalische Versand-Aktionen Kaltakquise/ Warmakquise?
▸ hoher Aufwand im Vergleich zum Ergebnis und teils hohe Kosten
- Bei warmen Kontakten hatten wir mit mehr Rückmeldungen gerechnet ▸ Problem der Datenqualität? Welche Daten als Grundlage?
- Ist telefonisches Nachfassen im Arbeitsalltag machbar?
- Wieviel Ressource für Akquise?
- Dauern Entscheidungen auf Förderer*innenseite länger? (*siehe Stiftungen, LinkedIn*)

Fazit und Fragen zur Diskussion



- Aus welchen Bereichen oder aus welchen Aktionen generiert ihr Förderer*innen?
- Erfahrungen bzgl. Erhöhung der Stipendien bei Verlängerungsanfragen?
(Bei konkretem Anlass/ mit Aufhänger ist es leichter, z.B. Jubiläum)
- Inwieweit ist die (erweiterte) Hochschulleitung beteiligt?
- Gibt es bereits Erfahrungen mit Stipendien, die von der Mitarbeiterschaft getragen werden?

we
focus
on
students

www.fh-dortmund.de

 **INSTAGRAM**
[instagram.com/fhdortmund](https://www.instagram.com/fhdortmund)

 **FACEBOOK**
[facebook.com/fhdortmund](https://www.facebook.com/fhdortmund)

 **TIKTOK**
[tiktok.com/@fhdortmund](https://www.tiktok.com/@fhdortmund)

 **TWITTER**
twitter.com/fh_dortmund

 **YOUTUBE**
[youtube.com/FachhochschuleDO](https://www.youtube.com/FachhochschuleDO)

 **XING**
[xing.com/companies/fachhochschuledortmund](https://www.xing.com/companies/fachhochschuledortmund)

 **LINKEDIN**
[linkedin.com/school/fachhochschule-dortmund](https://www.linkedin.com/school/fachhochschule-dortmund)

 **KUNUNU**
[kununu.com/de/fh-dortmund](https://www.kununu.com/de/fh-dortmund)