

[Read download] Sozial-Sponsoring: Ein praxisorientiertes Konzept fr die Zusammenarbeit zwischen Kitas und Unternehmen

Sozial-Sponsoring: Ein praxisorientiertes Konzept fr die Zusammenarbeit zwischen Kitas und Unternehmen

Von Christa Zeller

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #898015 in BcherVerffentlicht am: 2001-05Abmessungen: 8.19 x .39b x 5.24l, Einband: Taschenbuch108 Seiten | File size: 64.Mb

Von Christa Zeller : Sozial-Sponsoring: Ein praxisorientiertes Konzept fr die Zusammenarbeit zwischen Kitas und Unternehmen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Sozial-Sponsoring: Ein praxisorientiertes Konzept fr die Zusammenarbeit zwischen Kitas und Unternehmen:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
20 von 20 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Besseres ber Sozial-Sponsoring ist nicht auf dem Markt
Von Kirstin Schiewe@aol.com
Rezension: Sozial-Sponsoring, Christa Zeller
Ein Kosupermarkt liefert dem Kindergarten Lirum Larum Lffelstiel" ein Jahr lang Msli. Eine Firma, die Ventile herstellt, untersttzt eine Kinderkunstausstellung im Kindergarten Regenbogen". Ein Frisrsalon lsst sich vom katholischen Kindergarten das Schaufenster gestalten, stellt die Materialien zur Verfugung und finanziert ein Holzregal - in ihrem Buch Sozial-Sponsoring" wendet sich Autorin Christa Zeller zwar in erster Linie an Kindertageseinrichtungen, doch sind ihre Tipps und Ideen hilfreich fr alle, die im sozialen Bereich mit einem Sponsor neue Wege gehen wollen. Der Schwerpunkt des Buches liegt auf der Praxis, ohne dass es die theoretische Basis vernachlssigt. Kurz und prgnant werden die Vor- und Nachteile eines Sponsorings und seine Besonderheiten erklrt. Da wre zum Beispiel das schwierige Verhlnis zwischen der geldgierigen Wirtschaft und der lieben Basteltante". Solche Vorurteile zu berwinden, kann ein Effekt von Sozial-Sponsoring sein. Christa Zeller macht auch deutlich, dass Kindertagessttten professionell vorgehen mssen, um mit Unternehmen - die Autorin empfiehlt vor allem den Mittelstand - ins Geschft zu kommen. Das heit: Wer sich fr Sozial-Sponsoring als Mittelbeschaffung entscheidet, muss hohe Anforderungen erfllen bezglich Konzept, Corporate Identitiy und Kommunikation nach innen und auen. Mithin eine Aufforderung, die Rolle des unterwrfigen Empfngers abzuschtteln und selbstbewusst als Partner von Unternehmen aufzutreten. Und nicht zuletzt ist eine pfiffige Idee ntig, denn Geld gibts in aller Regel nur fr einzelne Projekte. Zum Beispiel wird ein Sponsor keine laufenden Personalkosten fr eine Erzieherin bernehmen, aber mglicherweise eine Architektin finanzieren, die gemeinsam mit Team, Eltern, Kindern und Trger eine Spielebene plant und umsetzt. Gleichzeitig dmpft die Autorin allzu hohe Erwartungen, Sozial-Sponsoring knne die Wunderwaffe gegen leere Kassen sein. Es ist ein Geschft: Der eine erhlt projektorientiert Geld, der andere will damit etwas frs Image tun. Das Buch und damit die Leserinnen und Leser profitieren von Christa Zellers Erfahrungen. Ihr Stufenplan fr ein Sponsorship ist klar aufgebaut und auf individuelle Bedrfnisse zu bertragen: Welche Voraussetzungen sind gefordert? Wie sieht die Partnersuche aus? Wie funktionieren die Vertragsverhandlungen? Wie kann das Projekt umgesetzt und sein Erfolg gemessen werden? Praktische Tipps, Adressen, Internetadressen, Literaturhinweise und ein Glossar runden das bersichtlich aufgebaute Buch ab. Es ist somit eine Einfhrung ins Thema, aber auch ein Ratgeber sowie Rstzeug fr jene, die sich auf den Weg machen wollen - etwas Besseres zum weiten Feld des Sozial-Sponsoring ist derzeit nicht auf dem Markt.
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr praxistauglich!
Von Christian Steckmann
Mein Kind kam in die Kita und engagiert wie ich nun mal bin, wurde ich sofort als Elternvertreter gewhlt. In der Kita wurde seit mehreren Jahren versucht, das ber 25 Jahre alte Auengelnde zu erneuern, doch die Realisierung war u.a. aufgrund der Finanzierung uerst schwierig. Als BWL-er und Vereinsmensch schlug ich sofort vor einen Frderverein zu grnden. Gesagt - getan. Ich habe einen Businessplan, eine Sponsoring-Konzept und eine grobe CI fr Print und Online definiert. Nun ging es darum, auch weitere Personen (Eltern) fr den Frderverein zu begeistern, da es als "One-man-show" neben Beruf und Familie nicht zu leisten ist. Daher habe ich mich auf die Suche nach geeigneter Literatur gemacht, die es Leuten (Eltern, Erziehern etc.) ermglicht, sich in mglichst kurzer Zeit die notwendigen Grundlagen anzueignen. Gleichzeitig sollte es nicht in ein Studium ausarten und mglichst schnell in der Praxis anwendbar sein. Dabei bin ich auf das Buch von Christa Zeller aufmerksam geworden. Besonders weil es viele Beispiele aus der gelebten Praxis enthlt und sich nicht in der unendlichen Tiefe von fachlichen Hintergrnden verliert, halte ich das Buch fr sehr gut. Zurecht weist Zeller immer wieder darauf hin, dass Social-Sponsoring keine 0815-Sache ist, die man mal ebend so aus der Hfte schieven kann. Erfolg setzt eine entsprechende sorgfllige Planung voraus, um bei einem potenziellen Partner landen zu knnen und ihn in aller Regel fr die Untersttzung von Projekten zu begeistern. Kein Unternehmen hat Geld zu verschenken. Daher ist es insbesondere fr die Kommunikation wichtig, einen Plan zu haben und sich im Vorwege mit den Fragen der Sponsoren zu beschftigen, um mglichst kurze und berzeugende Antworten geben zu knnen. Ich bin erster Vorsitzender des Frdervereins und verleihe noch heute dieses Buch an Personen, die sich im Verein engagieren mchten. Es war und ist nach wie vor eine groe Hilfe fr den genannten Personenkreis, um Projekte erfolgreich umzusetzen. Inzwischen haben wir ein neues Auengelnde, neue Rauchmelder in der Einrichtung, einen Kinderbus fr die Kita, neue Fahrzeuge, neue Musikinstrumente und einen mobilen Verstkrker fr Musik bei Umzgen oder auf dem Auengelnde. Aktuell organisieren wir gerade einen musikalische Workshop mit einer berregional bekannten Jazz- und Gospel-Sngerin. Sicherlich ist das reine Lesen des Buches keine Erfolgsgarantie, doch es bietet gerade fr Personen ohne bzw. mit bisher geringer Berhrung zu Marketing und Vertrieb einen wertvollen Zugang zu relevanten Bereichen.
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute Einfhrung ins Social-Sponsoring
Von N. Feldt
Das Buch von Christa Zeller ist sehr informativ und anschaulich geschrieben. Es eignet sich besonders fr Kitas die bereits in Betrieb sind und sich durch Sponsoren oder Spenden etwas Neues leisten wollen. Fr Kitas die Geld fr eine Anschubsfinanzierung vor der Erffnung bentigen finde

ich es weniger geeignet.