

## Dokumentation Forum Deutschlandstipendium 2025

Am 3. Juni 2025 fand das Forum Deutschlandstipendium unter dem Motto "Brücken bauen. Austausch befördern. Wirkung erzielen." im Löwengebäude (Hauptgebäude) der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg mit rund 120 Teilnehmenden statt.



Die bundesweite Netzwerkveranstaltung bot den Programmverantwortlichen des Deutschlandstipendiums Gelegenheit zum offenen Austausch, kollegialer Beratung und gemeinsamer Vernetzung. Teilnehmende konnten sich vertieft zu den für sie relevanten Themen wie Netzwerkarbeit, das Gewinnen von Fördernden, Veranstaltungen, Kommunikation, Auswahlverfahren, ideelle Förderung und Alumniarbeit austauschen. Es wurde maßgeblich von ihren persönlichen Ideen und Fragen getragen. Dafür konnten eigene Themen und Problemstellungen eingereicht werden, auch im Team, da hiervon die Themenvielfalt der Veranstaltung abhing. Einreichungen von Personen mit langjähriger Expertise waren ebenso willkommen wie Perspektiven neu hinzugekommener Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Beiträge von externen Expertinnen und Experten rundeten das Angebot ab.

## Programmübersicht

### Musikalischer Auftakt

**Hendrikje Heinze** am Klavier: *Reverie* von Claude Debussy

### Begrüßung

**Prof. Dr. Claudia Becker**, Rektorin der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

**Andrea Frank**, stellvertretende Generalsekretärin und Mitglied der Geschäftsführung, Stifterverband

### Workshop-Runde 1

- **Erfolgreiche Vertriebsstrategien**  
Andreas Eckel und Marc Heinbücher, Goethe-Universität Frankfurt am Main
- **Die Matching Challenge als Spendenaktion der besonderen Art**  
Georg Greitemann, P+P Pöllath + Partners
- **Vergabefeiern als Treiber der Netzwerkarbeit**  
Verena Blume und Laura Dorst, Hochschule Coburg
- **Die neueste Softwaregeneration für das Deutschlandstipendium: Mit innovativem Matching und erweiterten Funktionen**  
Christian Jörg und Andrea Raile, valucon apps GmbH

### Workshop-Runde 2

- **Das Deutschlandstipendium als Motor für die Fachkräftegewinnung?**  
Angela Papenburg, Vorstand GP Günter Papenburg AG
- **Künstliche Intelligenz: Herausforderungen und Chancen im Fundraising**  
Jona Hölderle, Pluralog – Online-Marketing im nicht-kommerziellen Bereich
- **Das Deutschlandstipendium im Kontext der Transferaktivitäten und Netzwerkarbeit einer kleinen Hochschule**  
Prof. Dr. Heinz-Jürgen Voß und Denise Hörnicke, Hochschule Merseburg
- **Bewerbung und Matching effizient gestalten mit Congeno Stip**  
Markus Doits und Vera Kürten, Stellenticket GmbH

### Ideen-Sprints

Vier Gruppen (nach HS-Größe) stellen die interne und externe **Hochschulkommunikation** auf den Prüfstand.

## Workshop-Runde 1

### 1. Workshop:

#### **Erfolgreiche Vertriebsstrategien**

Andreas Eckel und Marc Heinbücher, Goethe-Universität Frankfurt am Main

Die Akquisition einer dauerhaft hohen Zahl an Deutschlandstipendien setzt großes Engagement ebenso wie wirksame Instrumente zur Gewinnung und Pflege einer hohen Zahl von Förderern voraus. In einem informativen Vortrag wurden Maßnahmen der Kaltakquise, der Warmakquise, des Up- und Cross-Sellings sowie der Netzwerk- und Kontaktpflege vorgestellt. Als grundlegend wichtig erschien dabei in allen Varianten die zielgruppengerechte Ansprache, die zwar viel Arbeit macht, aber auch messbar mehr Erfolg nach sich zieht. Als ein Beispiel kann hier die Produktion leicht abgewandelter Flyer für Unternehmen beziehungsweise Stiftungen und Privatpersonen genannt werden.

Über die schriftliche Ansprache hinaus wurden ergänzend die persönliche Netzwerkentwicklung und -pflege besonders herausgehoben, über die sich immer wieder neue Kooperationen initiieren lassen. Alle vorgestellten Maßnahmen werden begleitet und flankiert von passenden Softwaretools, die ebenfalls vorgestellt wurden. Abschließend entstand eine lebhaft Diskussionsrunde über erfolgreiche Vertriebsstrategien, wie zum Beispiel die gezielte Ansprache von Alumni des Deutschlandstipendiums als Multiplikatoren in Unternehmen, zusammengetragen werden konnten.

***Workshop-Präsentation im Anhang.***

### 2. Workshop:

#### **Die Matching Challenge als Spendenaktion der besonderen Art**

Georg Greitemann, P+P Pöllath + Partners

Schon elf Hochschulen haben in den letzten Jahren Matching Challenges genutzt, um zusätzliche Deutschlandstipendien einzuwerben. Diese Methode des Crowd Fundraising, gekoppelt mit einer Verdoppelungszusage der Ankersponsoren, erlaubt es den Hochschulen, neue Spender-Zielgruppen zu erschließen und zu aktivieren, insbesondere aus den Kreisen der aktuellen und ehemaligen Deutschlandstipendiaten. Teilnehmer des Workshops waren Projektverantwortliche, die eine



## STIFTERVERBAND

Matching Challenge schon einmal oder mehrfach durchgeführt haben und Projektverantwortliche, die sich für die Durchführung einer solche Challenge an ihrer Hochschule interessieren.

Der Workshop stellte zunächst noch einmal vor, wie eine Matching Challenge funktioniert. Dem folgte eine Diskussion zu den Praxiserfahrungen aus fünf Jahren Matching Challenges. Wesentlich für den Erfolg ist ein weitgehender Entscheidungsspielraum der Projektverantwortlichen, um das Format ihren Gegebenheiten vor Ort anpassen zu können. Es hat sich gezeigt, dass die persönliche Ansprache der Zielgruppe wesentlich zum Erfolg beiträgt. Daher sind die meisten Challenges inzwischen so konzipiert, dass sie anlässlich einer festlichen Hochschulveranstaltung mit Bezug zum Deutschlandstipendium als Kick-off vorgestellt und beworben werden. Auch kleinere Hochschulen haben eine gute Chance, erfolgreich eine Matching Challenge bei sich durchzuführen. Aus dem Kreise der Teilnehmer haben sich die Projektverantwortlichen weiterer Hochschulen entschlossen, eine Matching Challenge an ihrer Hochschule vorzubereiten. Das Format und die Förderung steht allen Hochschulen offen!

***Workshop-Präsentation im Anhang.***

### **3. Workshop:**

#### **Vergabefeiern als Treiber der Netzwerkarbeit**

Verena Blume und Laura Dorst, Hochschule Coburg

Die Vergabefeier ist neben der Möglichkeit, dass sich Fördernde und Geförderte persönlich begegnen, eine wichtige Maßnahme, um den Fördernden Wertschätzung entgegenzubringen sowie Fördernde zu halten beziehungsweise neue Fördernde zu akquirieren. Die Ausgestaltung der Vergabefeier hängt maßgeblich von der Anzahl der Teilnehmenden sowie der Zusammensetzung der Fördernden ab. So wurde beispielsweise herausgearbeitet, dass Unternehmen, die das Deutschlandstipendium als Recruiting-Maßnahme nutzen, andere Erwartungen an die Vergabefeier haben als Privatpersonen, die teilweise als anonyme Mäzene auftreten. Trotzdem stand bei den meisten Diskutanten die Vernetzung während der Vergabefeier im Fokus. Schnell herrschte Einigkeit darüber, dass das Netzwerken den zentralen Bestandteil der Vergabefeier bildet und entsprechend großzügig Zeit dafür eingeplant werden sollte.

Abseits des Netzwerkers variiert der inhaltliche Fokus je nach Hochschule und Gästezahl. Bei kleineren Feiern stehen persönliche Begegnungen und individuelle Gespräche im Vordergrund. Größere Veranstaltungen hingegen erfordern eine dynamische Gestaltung, um möglichst viele

Kontakte zwischen Fördernden und Geförderten zu ermöglichen. Einige Hochschule bieten neben der Vergabefeier weitere Möglichkeiten der Wertschätzung an. Dies hängt jedoch auch von den regionalen Begebenheiten und der Fördernden-Struktur ab. Hier wurden beispielsweise eine Zeitungsannonce als Dankeschön genannt, ein Vorempfang mit dem Präsidium der Hochschule sowie Urkunden für Langzeit- und Groß-Fördernde.

***Workshop-Präsentation im Anhang.***

#### **4. Workshop**

##### **Die neueste Softwaregeneration für das Deutschlandstipendium: Mit innovativem Matching und erweiterten Funktionen**

Christian Jörg und Andrea Raile, valucon apps GmbH

In diesem Workshop wurden die aktuellen Neuerungen im valucon-Tool zur Abwicklung des Deutschlandstipendiums vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf dem neuen Matchingtool, das die Zuordnung der Fördermittelgebenden zu den Stipendiatinnen und Stipendiaten künftig deutlich erleichtern soll. In einer lebendigen Diskussion tauschten die Teilnehmenden Best Practices aus ihren Hochschulen aus. Weitere Themen waren offene Fragen im Zusammenhang mit dem bevorstehenden oder bereits vollzogenen Umstieg auf die neue Plattform.

Wie schon im vergangenen Jahr wurden auch diesmal Anregungen zur Optimierung bestehender Prozesse aufgegriffen und gemeinsam erörtert. In diesem Zusammenhang wurde der Wunsch geäußert, ein- bis zweimal jährlich thematische User-Group-Treffen an wechselnden Hochschulstandorten durchzuführen, um den Austausch zu fördern und die Nutzung des Portals weiter zu verbessern. Diese Idee soll nun aktiv weiterverfolgt werden – interessierte Hochschulen, die ein solches Treffen ausrichten möchten, sind herzlich eingeladen, sich direkt an die valucon apps GmbH zu wenden.

## **Workshop-Runde 2**

#### **5. Workshop:**

##### **Das Deutschlandstipendium als Motor für die Fachkräftegewinnung?**

Angela Papenburg, Vorstand GP Günter Papenburg AG

Die Teilnehmenden des Workshops sind der Frage nachgegangen, inwiefern bei Fördernden die Personalgewinnung im Vordergrund steht oder andere Motive vorherrschend sind. Es gab eine Einigkeit darüber, dass das Deutschlandstipendium ein wichtiger Baustein zur akademischen Fachkräftebindung sein kann, doch sind hier auch noch viele weitere Förderabsichten zu berücksichtigen. Der Workshop hat daher die Potenziale des Stipendienprogramms für Unternehmen und Hochschulen sichtbar gemacht und gezeigt, wie sich junge Talente durch gezielte, frühzeitige Vernetzung und Praxisnähe in der Region halten lassen. Er hat erörtert, welche Mehrwerte durch das Engagement für alle Beteiligten entstehen können und hat Gelegenheit für Austausch, Reflexion und neue Impulse zur strategischen Einbindung des Deutschlandstipendiums in die Fachkräftesicherung geboten.

## **6. Workshop:**

### **Künstliche Intelligenz: Herausforderungen und Chancen im Fundraising**

Jona Hölderle, Pluralog – Online-Marketing im nicht-kommerziellen Bereich

Der Workshop beleuchtete den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Fundraising für das Deutschlandstipendium. KI wurde dabei als all jene Techniken definiert, welche menschenähnliche, intelligente Verhaltensweisen zeigt, wobei der Weg zum Ergebnis oft nicht mehr nachvollziehbar ist und einen gewissen Kontrollverlust bedeutet. Es wurden zwei Haupttypen unterschieden: Prädiktive KI, die auf strukturierten Daten basiert und Verhalten vorhersagt (Spenderkündigungen, optimale Ask-Höhen, Versandzeitpunkte), sowie Generative KI, die aus unstrukturierten Daten Texte, Bilder und andere Inhalte erstellt.

Generative KI bietet besonders für kleine Fundraising-Teams Zeit- und Kosteneinsparungen sowie Qualitätssteigerungen, ohne dass jeder zum Prompt-Engineer werden muss. Praktische Anwendungsbeispiele umfassten die Erstellung von Spendenaufrufen für Alumni-Unternehmer sowie Rollenspiele zur Vorbereitung von Großspendengesprächen. Gleichzeitig wurde kritisch auf die Herausforderung des "Informationsrauschens" hingewiesen – wenn alle KI-Tools nutzen, wird es schwerer, sich von der Masse abzuheben. Der Workshop bot konkrete Werkzeuge und Strategien, um KI gezielt im Fundraising einzusetzen, ohne die wichtige menschliche Komponente zu vernachlässigen.

***Workshop-Präsentation siehe Anhang.***

## **7. Workshop:**

### **Das Deutschlandstipendium im Kontext der Transferaktivitäten und Netzwerkarbeit einer kleinen Hochschule**

Prof. Dr. Heinz-Jürgen Voß und Denise Hörnicke, Hochschule Merseburg

Der Workshop befasste sich mit den spezifischen Bedarfen kleiner Hochschulen im Hinblick auf das Deutschlandstipendium. Knapp vorgestellt wurden die Erfahrungen der Hochschule Merseburg, bei der das Deutschlandstipendium in eine Gesamtstrategie zur Vernetzung mit Unternehmen und sozialen Trägern eingebunden ist. Diese ist verbunden mit weiteren Aktivitäten, wie etwa der "KarriereMesse", kooperativen Bachelor- und Masterarbeiten, Praktika sowie Drittmittelforschungen.

Im praktischen Teil des Workshops arbeiteten wir in Kleingruppen zu den Fragen "Strategischer Einsatz des Deutschlandstipendiums zur Unternehmensvernetzung", "Herausforderungen im Kontakt mit Unternehmen" und "Vernetzung von Stipendiat:innen und Unternehmen als Potenzial für Fachkräftegewinnung". Dabei ergaben sich vielfältige Antworten. Als besondere "Knackpunkte", die kleinere Hochschulen beschäftigen, kristallisierten sich knappes Personal und ein vergleichsweise hoher erforderlicher Zeiteinsatz heraus. Bereits diese beiden Variablen bedingen die Verschränkung des Deutschlandstipendiums mit weiteren Vernetzungs- und Transferaktivitäten. Aus der Verschränkung ergeben sich Chancen hinsichtlich einer Gesamtstrategie, Synergien können in den Blick kommen. Herausfordernd sind demgegenüber der Wechsel von Ansprechpersonen bei den Unternehmen und stetiges Recruiting. Es wurde der Wunsch artikuliert, dass es auch spezifische Programme zur strukturellen Förderung/ Unterstützung des Deutschlandstipendiums an kleinen Hochschulen geben sollte.

***Workshop-Präsentation siehe Anhang.***

## 8. Workshop:

### **Bewerbung und Matching effizient gestalten mit Congeno Stip**

Markus Doits und Vera Kürten, Stellenticket GmbH

Der Workshop behandelte das Thema einer effizienten Stipendienverwaltung mit der Management-Software Congeno Stip als dessen Basis. Zum Einstieg wurde der intuitiv gestaltete Bewerbungsprozess aus Sicht der Bewerber\*innen live präsentiert. Außerdem gab es einen Ausblick auf den Bewertungsprozess mit Punktevergabe und das Matching von Fördernden und Geförderten. Von Beginn an diskutierten die Teilnehmer\*innen aktiv mit und brachten eigene Erfahrungen und Anregungen ein. Die Diskussion bestätigte den Grundsatz von Congeno Stip: Bewerbung, Bewertung und Matching passieren zwar überall, die einzelnen Prozesse an den Hochschulen dazu sind jedoch sehr unterschiedlich. Eine "one-size-fits-all"-Software-Lösung wird dem nicht gerecht. Zur Bearbeitung, insbesondere bei großen Daten-Volumina, ist die Anpassbarkeit an individuelle Bedürfnisse entscheidend.

Um bei größtmöglicher Individualisierung trotzdem eine bezahlbare Software zu liefern, muss eine Stipendiensoftware daher eine starke Basis bieten, die gleichzeitig Anpassungen ermöglicht, welche das eigene Arbeiten möglichst effizient machen. Beispiele für solche Anpassungen an eigene Prozesse wurden aufgezeigt und gemeinsam mit den Teilnehmer\*innen wurde evaluiert, welche Anforderungen besonders relevant sind. Für Hochschulen, die sich hinsichtlich ihres aktuellen Prozesses neu aufstellen möchten, bietet sich die Chance, den Austausch fortzusetzen und aktuell aktiv auf die Gestaltung von Congeno Stip einzuwirken.

### ***Workshop-Präsentation im Anhang.***

### **Dank**

Ein abschließender Dank gilt der Moderatorin **Eva Ritzer** für die frische und herzliche Tagesmoderation sowie der Pianistin **Hendrikje Heinze** für die wunderbare musikalische Umrahmung.

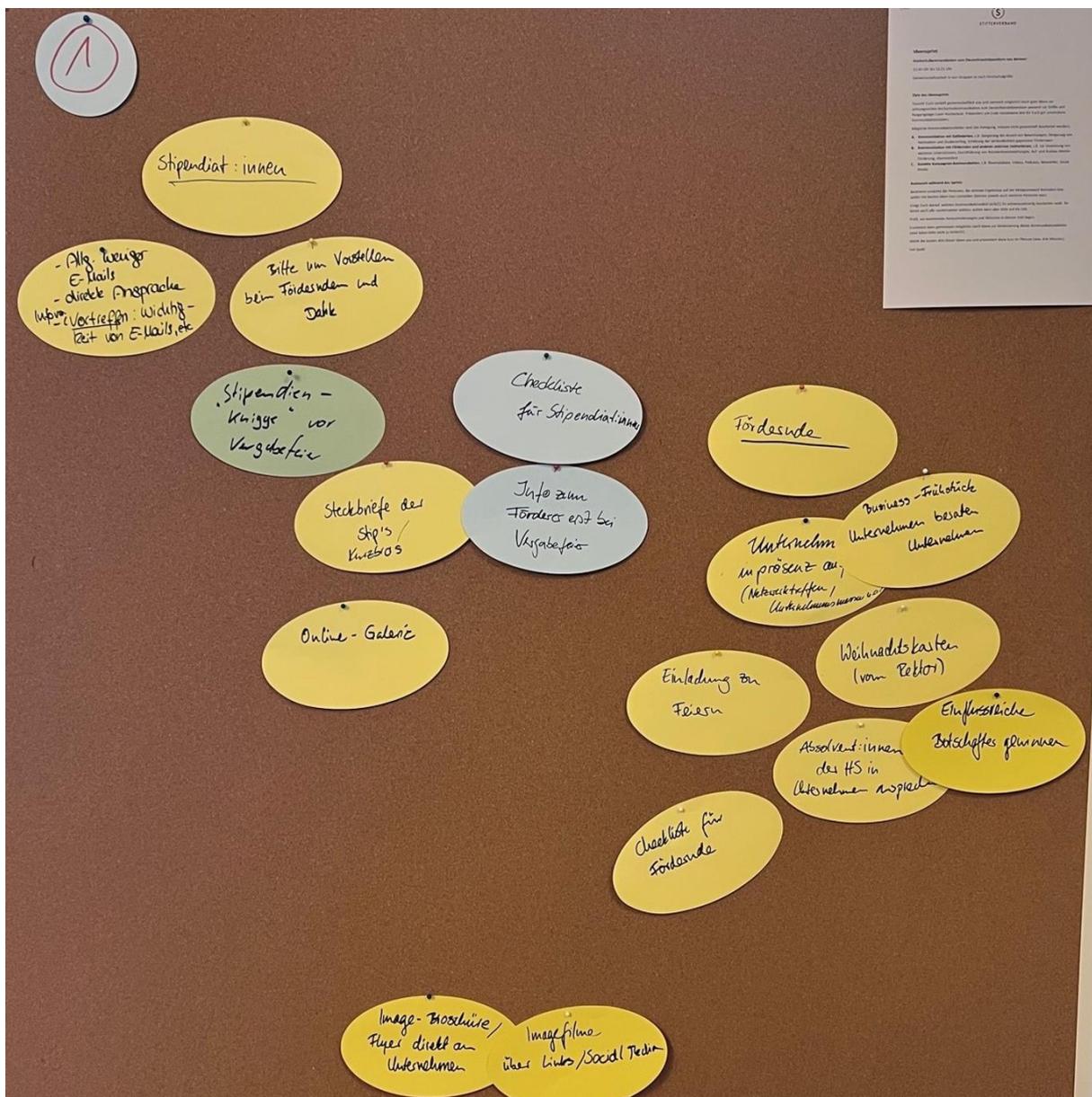
### **Anregungen für 2026**

Für **Fragen** zum Forum Deutschlandstipendium sowie (thematische) **Anregungen** für kommende Veranstaltungen steht Ihnen das Servicezentrum gerne zur Verfügung.

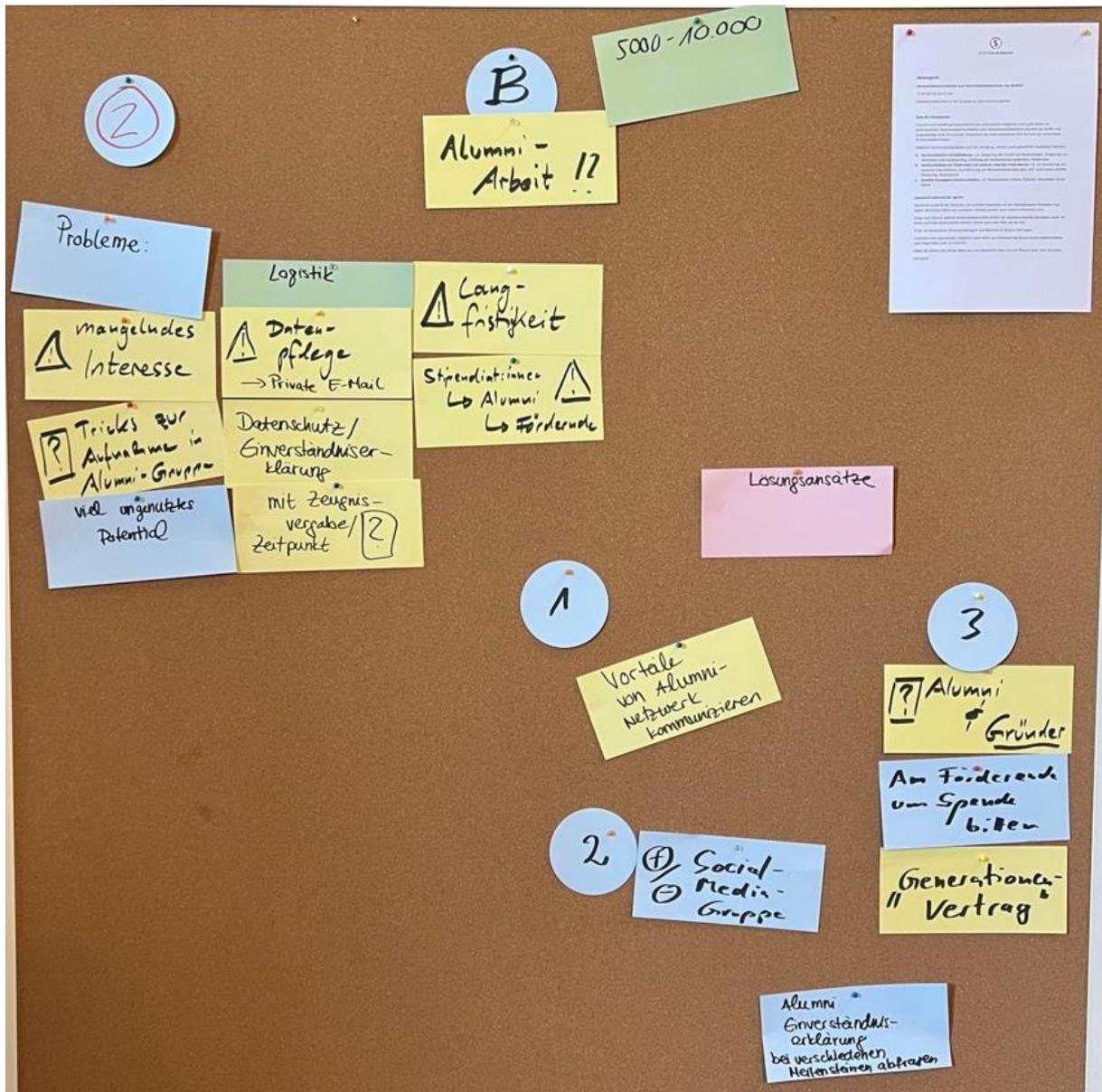
## Foto-Dokumentation zentraler Inhalte der Ideen-Sprints

Vier Gruppen (nach HS-Größe) stellen die interne und externe Hochschulkommunikation auf den Prüfstand, z.B. die Kommunikation mit Geförderten und Fördernden sowie anderen externen Institutionen. Gemeinschaftlich wurden möglichst rasch (und nicht zu kritisch) Ideen zur Verbesserung des jeweiligen Kommunikationsfeldes erarbeitet.

### 1. Gruppe: Hochschulen mit einer Größe von bis zu 5.000 Studierenden



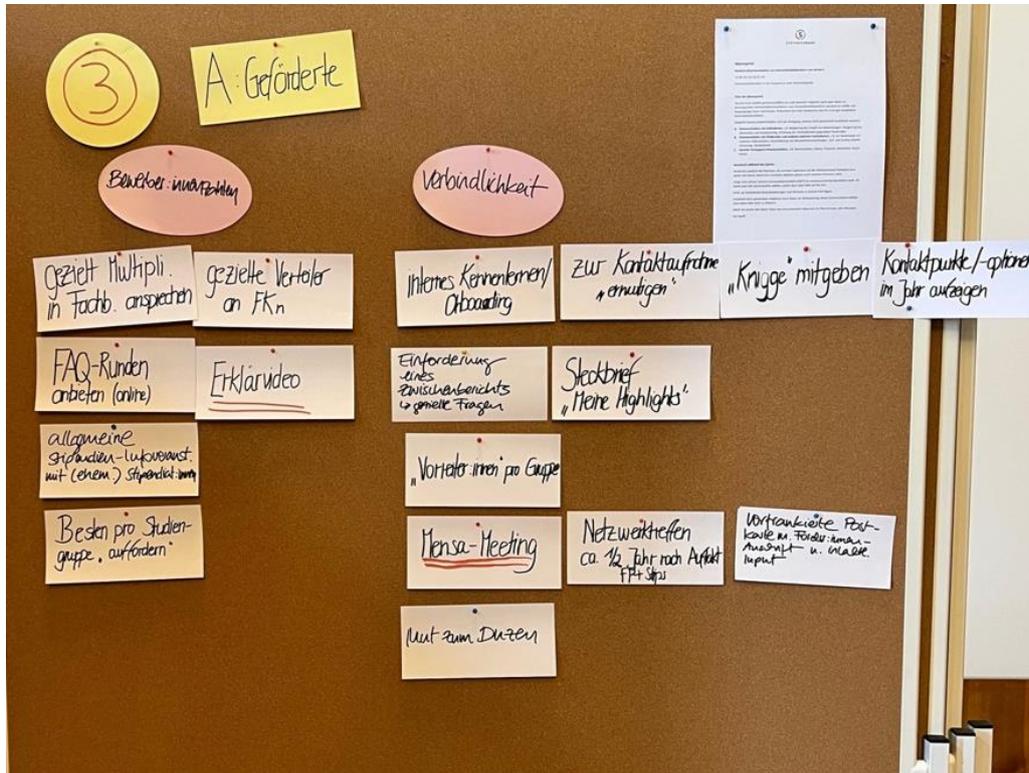
**2. Gruppe: Hochschulen mit einer Größe von bis zu 10.000 Studierenden**





## STIFTERVERBAND

### 3. Gruppe: Hochschulen mit einer Größe von bis zu 20.000 Studierenden



### 4. Gruppe: Hochschulen mit einer Größe mit mehr als 20.000 Studierenden

