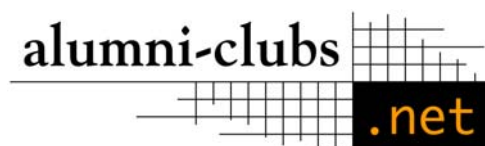


Begleitmodule

Alumni-Management



Verband der Alumni-Organisationen
im deutschsprachigen Raum e.V.

Hochschul-Begleitmodule Alumni-Management
„Entwicklung von Alumni-Netzwerken an Hochschulen“
Stand: 20.10.2004

alumni-clubs.net e.V.

Postfach 12 01 10, 68052 Mannheim

Tel. +49 (0) 62 05 / 28 73 - 89

Fax +49 (0) 62 05 / 28 73 - 90

E-Mail: information@alumni-clubs.net

Internet: <http://www.alumni-clubs.net>

I. Einführung

- (a) Das Thema „Alumni-Management“ ist für immer mehr Hochschulen im deutschsprachigen Raum von großer Bedeutung. Gerade wenn Hochschulen oder andere interessierte Personen am Anfang des Aufbaus eines Alumni-Netzwerkes stehen, ist es hilfreich, Anregungen und Informationen von erfahrenen Alumni-Managern oder Experten aus dem Umfeld des Alumni-Managements zu erhalten.
- (b) Der Dachverband deutschsprachiger Alumni-Vereinigungen alumni-clubs.net e.V. bietet aus diesem Grund ein erstes **Seminar „Alumni-Management“** an, das helfen soll, die Anfangsschwierigkeiten beim Aufbau einer solchen Organisation zu mindern. Dabei erhält alumni-clubs.net organisatorische Unterstützung durch Verbandsmitglieder.
- (c) Darüber hinaus wird eine modularisierte **individuelle Begleitung des Aufbauprozesses** eines Alumni-Netzwerkes an Hochschulen angeboten. Gerade die ersten Jahre nach Einrichtung einer solchen Institution sind entscheidend für den weiteren Erfolg der Alumni-Netzwerke. Experten von alumni-clubs-net und Campus Sapiens haben durch langjährige Arbeit im Alumni-Umfeld einschlägige Erfahrungen in diesem Bereich und geben diese gern an Hochschulen bei der Entwicklung der Alumni-Netzwerke weiter.
- (d) Im Folgenden werden einzelne **Module zur Begleitung des Aufbaus eines Alumni-Netzwerkes** vorgestellt. Diese drehen sich um die zuallererst angebrachte Schaffung einer „Themenaufmerksamkeit“ durch einen Workshop beispielsweise mit der Hochschulleitung (1), eine fortlaufende Coaching-Begleitung im Aufbau-Prozess (2) sowie ein Angebot zur Prüfung und zum Reporting über den Zustand und Optionen eines Alumni-Netzwerkes als „Check-up“ (3). Diese Einheiten können nach Bedarf der jeweiligen Hochschule angepasst werden. Dabei ist eine Betreuung sowohl durch jedes einzelne Modul als auch durch eine Kombination der vorgestellten Möglichkeiten denkbar.

II. Modul 1: In-House-Seminar zum Alumni-Management

- (a) Am Anfang der Alumni-Arbeit steht in der Regel die Kommunikation der Alumni-Idee sowie ihrer Vorteile in **Gremien der Hochschulverwaltung**. Erfahrungen zeigen, dass langfristig nur mit entsprechender Unterstützung durch diese Gremien erfolgreiche Alumni-Arbeit möglich ist. Vor diesem Hintergrund bietet Modul 1 ein ganztägiges Seminar für alle Interessierten aus dem Bereich des Hochschulmanagements an.
- (b) Experten aus dem Umfeld der Alumni-Arbeit kommen an die interessierte Hochschule und vermitteln Grundbegriffe, stellen **verschiedene Alumni-Konzepte** vor, erläutern organisatorische Möglichkeiten (z. B. der Einbindung in die Hochschule) und diskutieren mit den Anwesenden konkrete Umsetzungsvorschläge unter Berücksichtigung der individuellen Rahmenbedingungen der Hochschule. Wissen wird sowohl in Form von Referaten als auch mit Hilfe von Workshops vermittelt. Ziel dieses Seminars ist es, die Grundlage für den Prozess des Aufbaus einer Alumni-Vereinigung zu schaffen und für alle Beteiligten eine gleiche Ausgangsbasis sicherzustellen.

- (c) Aufgabe der Hochschule ist es, alle **relevanten Personen** anzusprechen und für einen gemeinsamen Termin zur Durchführung des Seminars einzuladen. Darüber hinaus stellt die Hochschule die Räumlichkeiten zur Durchführung des Seminars zur Verfügung. Teilnehmer sind idealer Weise die Mitglieder der Hochschulleitung (Rektorat o.ä.), weitere Verantwortungsträger in der Hochschule sowie Vertreter der mit Alumni-Management befassten Personen und Institutionen (maximal ca. 25 Personen).

III. Modul 2: Begleitung des Aufbauprozesses einer Alumni-Vereinigung

- (a) Nachdem die Akzeptanz der Alumni-Idee in der Hochschule sichergestellt wurde und der Aufbau eines Alumni-Netzwerkes von Seiten der Hochschulverwaltung unterstützt wird, ist es wichtig, den folgenden **Entwicklungsprozess kontinuierlich kritisch zu beleuchten** und etwa auftretende Probleme schnellstmöglich zu beseitigen. Oft scheint eine solche Prozessevaluierung durch Außenstehende effektiver, da externe Experten zum Einen außerhalb der hochschuleigenen Strukturen stehen und mitunter Probleme kritischer betrachten. Zum Anderen haben erfahrene Alumni-Manager Vergleichsmöglichkeiten mit ähnlichen Prozessen und den typischerweise auftretenden Problemen von jungen Alumni-Vereinigungen.
- (b) Dazu wird den Hochschulen angeboten, eine fortlaufende **Begleitung in der Form von monatlichen Arbeitssitzungen** (jeweils ca. 3-4 Stunden) zu nutzen. Über einen Zeitraum von einem Jahr wird so in zwölf Terminen eine fortlaufende und zielorientierte Begleitung sichergestellt. Die fortwährende Problem- oder Ist-Analyse spielt dabei eine gewichtige Rolle. Mit Hilfe dieser Analyse, die durch alle Beteiligten erfolgt, soll der Aufbau eines Alumni-Netzwerkes immer wieder den sich möglicherweise ändernden Gegebenheiten der Hochschule angepasst werden.
- (c) Die einzelnen Beratungstermine können dabei jeweils mit einem **spezifischen Schwerpunkt** versehen werden. Solche Schwerpunkte können beispielsweise die Definition und Ansprache verschiedener Zielgruppen des Alumni-Netzwerkes, der Aufbau einer effektiven Datenbank zur Verwaltung der Daten der Alumni, die Integration bestehender Alumni-Organisationen einzelner Fachbereiche oder die Verknüpfung mit anderen Aufgabenbereichen der Hochschule sein. Auch die eng mit der Alumni-Arbeit verknüpften Themen Friend- und Fundraising können Bestandteil der gezielten Weiterentwicklung der Alumni-Organisation sein. Die konkrete Ausgestaltung richtet sich vor allem nach den Vorstellungen der Hochschule und dem jeweiligen Entwicklungsstand des Alumni-Netzwerkes einer Hochschule.
- (d) Dieses Coaching wird jeweils durch einen durchgehend **verantwortlichen Experten** von alumni-clubs.net durchgeführt, bei Bedarf werden eventuell weitere Spezialisten z.B. für die Bewertung von Datenbanken hinzugezogen.

IV. Modul 3: Check-up-Analyse und Ergebnisdokumentation

- (a) In einer abschließenden oder zwischengeschalteten **Evaluation** wird der Stand der Entwicklung des Alumni-Netzwerkes einer Hochschule an Hand der Erfahrungen und Kriterien des Verbandes der Alumni-Organisationen alumni-clubs.net kritisch geprüft. Dabei werden auch Aussagen zu möglichen **Handlungsfeldern und Handlungsnotwendigkeiten** gemacht. Die Dokumentation kann als eine Art Handbuch für die weitere Entwicklung des Alumni-Netzwerkes genutzt werden. Als Grundlage der Beurteilungen dienen Unterlagen, verfügbare Daten und Internetinformationen sowie ein Vor-Ort-Besuch mit 3-4 Gesprächen wichtiger Funktionsträger der Hochschule.
- (b) Die Evaluation wird durch einen **verantwortlichen Experten** von alumni-clubs.net durchgeführt und durch den Bereich Research von alumni-clubs.net gegengeprüft (Vier-Augen-Prinzip).
- (c) Die Ergebnisse können mit Zustimmung der Hochschule auch in der **Schriftenreihe „Best Practice“** von alumni-clubs.net veröffentlicht werden. Dadurch wird der Erfahrungsaustausch von Alumni-Managern im deutschsprachigen Raum bereichert und eine weitere Professionalisierung der Alumni-Arbeit unterstützt.

V. Zeit- und Aufwandsplanung

- (a) Für die Durchführung der dargestellten Module als Bestandteile einer Betreuung des Aufbaus eines Alumni-Netzwerkes werden die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Aufwendungen und Zeiträume geplant.

Modul	Aufwendungen	Zeitdauer
(1) In-House-Seminar	750 Euro zzgl. Reisekosten	1 Tag (Vor- und Nachbereitung ca. 1 Tag innerhalb je acht Wochen)
(2) Entwicklungsbegleitung	4.500 Euro zzgl. Reisekosten	12 x 0,5 Tage über 1 Jahr (Gesamtzeitraum 12 Monate)
(3) Check-up-Analyse	750 Euro zzgl. Reisekosten	1 Tag (Gesamtzeitraum ca. 1 Monat)
<i>Module 1-3 (Paket)</i>	<i>5.500 Euro zzgl. Reisekosten gesamt</i>	

- (b) Alle Angaben verstehen sich netto zuzüglich der aktuell gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. In den kalkulierten Aufwendungen sind alle anfallenden Kosten enthalten, es entstehen keine weiteren Aufwendungen für den Auftraggeber. Die Aufwendungen werden je zur Hälfte zur Auftragserteilung sowie zur Fertigstellung und Übergabe bzw. Präsentation der Ergebnisse in Rechnung gestellt.