

# Vom Friendraising zum Fundraising

alumni-clubs.net e.V. ist der Verband der Alumni-Organisationen im deutschsprachigen Raum. Aktuell arbeitet er mit den Mitgliedshochschulen u.a. an einem Leitbild zum Alumni-Management.

**D**as Alumni-Management ist mittlerweile für Hochschulen und Vereine eine wichtige Basis für Marketing- und Fundraising-Maßnahmen sowie für das Recruiting von qualifizierten Mitarbeitern. Seit fast einem Jahrzehnt bietet der alumni-clubs.net e.V. mit Sitz in Mannheim Unterstützung auf diesen Feldern an und hilft unter anderem bei der Bildung von Netzwerken oder der Umsetzung von Studien. Public Marketing sprach mit dem Vorsitzenden Christian Kramberg über die Arbeit und Aufgaben des Verbandes sowie den neuen Alumni-Preis, der erst jüngst an den Ehemaligenverein der Universität Passau vergeben wurde.

**PuMa:** Seit wann genau gibt es alumni-clubs.net e.V. und wie kam es zur Gründung des Vereins?

**Christian Kramberg:** alumni-clubs.net geht aus informellen Treffen interessierter Hochschulen mit Alumni-Aktivitäten seit 1997 hervor. Dies führte am 05.05.2001 am Rande der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) in Mannheim zur Gründung des Verbandes. 35 Hochschulen aus der DACH-Region zählten zu den Gründungsmitgliedern. Heute hat der Verband über 220 Mitgliedshochschulen.

**PuMa:** Wie sieht konkret Ihre Unterstützung auf den Gebieten Alumni-Management, Career Service, Fundraising und Hochschulmarketing aus?

**Kramberg:** Unsere jährliche Alumni-Konferenz an drei Tagen im Mai bietet mit ihren fast 30 Workshops zu allen Themen eine optimale Plattform zum Austausch und unterstützt die Arbeit der Gastgeberhochschule vor Ort. Darüber hinaus führen wir vier bis sechs eintägige Seminare mit Best Practice-Beispielen bei unterschiedlichen Hochschulen durch. Wir stellen kostenlose Leitfäden zum Alumni-Management über unsere Homepage bereit und veröffentlichen Abschlussarbeiten zu diesem Themenfeld in unserem Verlag. Seit 2010 schreiben wir den jährlichen Alumni-Preis 'Premium D-A-CH' aus.

**PuMa:** Wie hat sich das Hochschulmarketing aus Ihrer Sicht in den letzten Jahren entwickelt – sprich die Kampagneninhalte und Marketingtools, aber auch die professionelle Arbeitsweise der Hochschulen?

**Kramberg:** Von einem eher passiven Marketing ausgehend, müssen die Hochschulen sich heute aktiv um die Studierenden bemühen. Hierzu zählen ganz klar die Sozialen Netzwerke und die Alumni als Botschafter. Darüber hinaus müssen die Bemühungen im Relationship-Management verstärkt werden, um vom Friendraising zum Fundraising zu kommen und neue Finanzierungsquellen für Forschung und Lehre zu erschließen. Hochschulen mit einer klaren Ausrichtung und Markenbildung sind im Vorteil.



Christian Kramberg,  
Vorsitzender des alumni-  
clubs.net e.V.

v.l. Dr. Arend Oetker, Präsident, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft,  
Norbert Kopp, Bezirksbürgermeister Berlin Steglitz-Zehlendorf, Christian  
Kramberg und Irma Indorf, Alumni-Beauftragte der Freien Universität Berlin

Führung durch die Akade-  
mie der Künste mit Prof.  
Dr.-Ing. Werner Durth



Teilnehmer der 15. Alumni-Konferenz (7.-10.5.) vor dem Henry-Ford-Bau der Freien Universität Berlin

**PuMa:** Was sind Ihre aktuellen Projekte?

**Kramberg:** Aktuell fördern wir mit dem Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) eine Studie zur Bindung von Studierenden und Alumni an ihre Hochschule. Weiter arbeiten wir gerade mit den Mitgliedshochschulen an einem Leitbild zum Alumni-Management, welches auch die Themen Career Service, Fundraising und Marketing ganzheitlich umfasst. Darüber hinaus bereiten wir uns auf unser zehnjähriges Jubiläum in 2011 vor.

**PuMa:** Was tut alumni-clubs.net noch, um das Thema 'Alumni' weiter voranzutreiben?

**Kramberg:** Seit 2001 haben wir ein Verzeichnis aller bekannten Alumni-Aktivitäten an Hochschulen online und informieren vierteljährlich mit einem Newsletter. Seit 2004 fördern wir Regionaltreffen in der DACH-Region. Seit 2009 sind wir flächendeckend vertreten und unterstützen auch finanziell die Treffen. In diesem Jahr haben wir den jährlichen Alumni-Preis 'Premium D-A-CH' mit 10.000 Euro für den Gewinner aufgelegt, welches ein deutliches positives Echo in den Medien gebracht hat.

**PuMa:** Warum haben Sie sich entschlossen, in diesem Jahr erstmalig einen Preis zu vergeben? Arbeiten Sie regelmäßig mit PricewaterhouseCoopers und der Wochenzeitung Die Zeit zusammen?



v.l. Dirk Morbitzer, Vorsitzender Ehemaligenverein der Universität Passau e.V. und Sieger des "Alumni-Preises 2010" neben Christian Kramberg und Jens Wallraven, PricewaterhouseCoopers AG

**Kramberg:** Die Idee des Preises ist die erste finanzielle Unterstützung für herausragende Projekte im Alumni-Management und konnte erst nach Erreichen einer soliden und nachhaltigen Finanzierung ins Leben gerufen werden. Die Zeit unterstützt bereits seit 2004 unseren Verband. PricewaterhouseCoopers haben wir 2009 speziell für den Alumni-Preis gewinnen können.

**PuMa:** Welche Erkenntnisse haben Sie aus den eingereichten Arbeiten gewonnen?

**Kramberg:** Wir haben festgestellt, dass immer mehr Hochschulen die strategische Bedeutung der Alumni erkannt haben und dies auch tatkräftig unterstützen. Gleichzeitig mussten wir aber auch erkennen, dass die Hochschulen weiter einen Mangel an koordinierter, ganzheitlicher und langfristiger Alumni-Arbeit haben.

Interview: Yvonne Wodzak

Fotos: © Campushunter

Der ehrenamtlich arbeitende Vorstand des alumni-clubs.net e.V. in Mannheim setzt sich wie folgt zusammen:

**Vorsitzender:** Christian Kramberg, MSW & Partner (Alumnus Universität Mannheim)

**Stellv. Vorsitzender:** Dominik Kimmel, RGZM Mainz (Alumnus Universität Wien)

**Weitere Vorstandsmitglieder:** Susan Georgijewitsch, Frankfurt School of Finance & Management (Alumna Goethe-Universität), Brigitte Kuntzsch, Technische Universität Darmstadt (Alumna), Edmund H. Zirra, Hochschule Karlsruhe (Alumnus Brunel University)

alumni-clubs.net e.V. und das Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) arbeiten gemeinsam an der Reihe "Leitfaden Alumni-Arbeit". Die einzelnen Folgen werden zunächst sukzessive veröffentlicht und stehen für alle Interessierten kostenfrei bei <http://alumni-clubs.net> zum Download bereit.

Themen (erschienen/in Vorbereitung)

- Zentrale und dezentrale Aufgabenverteilung in der Alumni-Arbeit
- Datenbanklösungen für die Alumni-Arbeit
- Nutzen der Ehemaligen in der Arbeit von Alumni-Organisationen
- Hochschulmarketing im Rahmen der Alumni-Arbeit
- Alumni-Arbeit und Fundraisingunterstützung
- Alumni-Organisationen und Gesellschaften der Freunde und Förderer
- Alumni-Betreuung und Datenschutz
- Netzwerkarbeit und Außenkommunikation
- Career Service und Existenzgründungsunterstützung