

# Alumni-Management im DACH-Raum

Erfolgreiches Alumni-Management ist ein wichtiges Instrument in der strategischen Hochschulentwicklung, die Rolle von Alumni ist in der Hochschullandschaft fix verankert und nicht mehr wegzudenken. Insbesondere bei Hochschulen, hochschulnahen Institutionen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Forschung und Lehre und den Alumni-Organisationen selbst.

Diese Publikation ist das Ergebnis der engagierten Arbeit des Vorstands des Dachverbandes der Alumni-Organisationen an Hochschulen – alumni-clubs.net e.V. Der Verband hat es sich darin zum Ziel gesetzt, die Bedeutung und den Mehrwert eines effektiven Alumni-Managements hervorzuheben und praxisnahe Leitlinien für Hochschulen zu entwickeln.

“Alumni-Arbeit ist ein wichtiger Bestandteil der deutschen Hochschulen geworden.”<sup>1</sup> Das bekräftigt die Hochschulrektorenkonferenz auf ihrer Website. Alumni-Arbeit an Hochschulen konzentriert sich auf die Beziehungen der Hochschule zu den Studierenden, Mitgliedern und Absolvent:innen und fördert dabei eine Kultur der Wertschätzung und Anerkennung.

In einer Zeit zunehmender Vernetzung und Globalisierung spielen Alumni sowohl individuell als auch kollektiv im Rahmen von Alumni-Netzwerken eine zentrale Rolle für den Erfolg und die Weiterentwicklung von Bildungseinrichtungen. Sie sind nicht nur Botschafterinnen und Botschafter ihrer Hochschulen, sondern auch wichtige Partnerinnen und Partner bei der Bewältigung zukünftiger Herausforderungen. Die Pflege dieser Beziehungen bietet weitreichende Vorteile, sowohl für die Alumni selbst als auch für die Institutionen.

Dieses Dokument beleuchtet bewährte Vorgehensweisen und innovative Ansätze im Alumni-Management und richtet sich an Alumni-Verantwortliche, Alumni-Managerinnen und Alumni-Manager und alle, die sich für den Aufbau und die Pflege nachhaltiger Alumni-Netzwerke interessieren. Damit möchten wir Impulse setzen, die die strategische Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und ihren Ehemaligen fördert und festigt.

Weiter soll dieses Dokument einerseits relevante Begrifflichkeiten klären sowie als Grundlage für die Argumentation/Legitimation des beruflichen Profils dienen.

Der Vorstand von alumni-clubs.net e.V.  
Januar 2026

---

<sup>1</sup> Hochschulrektorenkonferenz: Alumni (Stand: 14.01.2026) <https://www.hrk.de/themen/studium/alumni/>

## Inhaltsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| DER BEGRIFF ALUMNI-MANAGEMENT UND ALUMNI-ARBEIT .....                          | 3  |
| VORTEILE UND NUTZEN EINES ALUMNI-MANAGEMENTS AN DER HOCHSCHULE.....            | 4  |
| INTEGRATION INNERHALB DER HOCHSCHULE UND ORGANISATION DES ALUMNI-MANAGEMENTS . | 6  |
| RESSOURCEN FÜR EIN GELINGENDES ALUMNI-MANAGEMENT .....                         | 8  |
| AUFBAU UND ANFORDERUNGEN EINES ALUMNI-MANAGEMENTS .....                        | 10 |

## Der Begriff Alumni-Management und Alumni-Arbeit

*Alumni-Management* bezieht sich auf die Strategie der Bindungsarbeit einer Bildungseinrichtung, also die planmäßige Betreuung und Einbindung ehemaliger Studierender, sogenannter Alumni, an ihre Hochschule. Eine Erweiterung des Alumni-Begriffs auf andere (ehemalige) Mitglieder einer Hochschule (z.B. aktuell Studierende, Lehrende, Forschende, Mitarbeitende) ist hierbei denkbar. Die Strategie einer Bildungseinrichtung ist abhängig von ihrer Mission bzw. der zugrundeliegenden Vision. Ziel des Alumni-Management ist es, eine lebenslange Beziehung zwischen der Bildungseinrichtung und ihren Absolventinnen und Absolventen aufzubauen und zu pflegen, dies optimalerweise beginnend in ihrer aktiven Zeit. Als Basis für die Steuerung der Einzelmaßnahmen können Kennzahlen dienen; solche Werte der Erfolgsmessung und Qualitätskontrolle vereinfachen die zielgerichtete Planung der Aktivitäten der Alumni-Arbeit. Zudem können standardisierte Evaluationen zur bedarfsgerechten Erhebung unter der Zielgruppe dazu beitragen, die jeweils hochschuleigenen Schwerpunkte in den Einzelmaßnahmen herauszustellen.

Erfolgreiche Alumni-Arbeit beginnt nicht erst nach dem Abschluss, sondern schon mit dem ersten Kontakt zur Hochschule. Sie ist eine Querschnittsaufgabe, die von allen Hochschulangehörigen mitgetragen wird – von der Universitätsleitung über die Lehrenden und Mitarbeitenden bis hin zu den Serviceeinrichtungen.

Die Beziehung der zukünftigen Alumni zur Hochschule wird durch alle Erlebnisse während ihrer Studienzeit geprägt. Wer sich in seiner Studienzeit wertgeschätzt und gut betreut fühlt, bleibt seiner Hochschule auch nach dem Abschluss eher verbunden – sei es durch Engagement, Netzwerke oder finanzielle Unterstützung.

Alumni-Arbeit ruht daher auf zwei Säulen: einem breit getragenen Fundament innerhalb der Hochschule und dem gezielten Beziehungsmanagement nach dem Studium. Zum Fundament zählen alle, die die Studienerfahrung mitgestalten: Rektorat, Lehrende, Mitarbeitende in Verwaltung, Studienbüros, Prüfungsämtern, Studienberatung, Bibliotheken, Mensen, Fachschaften, Career Services oder International Offices. Sie alle prägen das Bild, das Studierende von „ihrer“ Hochschule mitnehmen – und mit dem sie später die Frage „Möchte ich in Kontakt bleiben?“ beantworten.

Wer sich langfristig aktive und engagierte Alumni wünscht, muss früh beginnen, gute Beziehungen aufzubauen – und diesen Anspruch als Teil der strategischen Entwicklung der Hochschule verstehen.

Unter dem Begriff *Alumni-Arbeit* ist die Umsetzung aller Maßnahmen gefasst, welche zur Umsetzung der Strategie dienen; hierzu zählen alle operativen und konkreten Aktivitäten für den Aufbau und die Pflege der lebenslangen Beziehungen, z. B. die Organisation von hochschulspezifischen Veranstaltungen, die Betreuung von zielgruppeneigenen Netzwerken oder die strategische Kommunikation für bestehende und künftige Mitglieder.

Eine Hochschule ist um eine starke emotionale Verbindung zu ihren Mitgliedern bemüht. Denn sie möchte langfristige Bindungen schaffen und von den besonderen Eigenschaften ihrer Mitglieder profitieren. Dazu setzt die Hochschule auf Identifikation mit der Bildungsinstitution, die Stärkung der Markenbindung und die Verbesserung des emotionalen Engagements. Die Alumni-Arbeit hat die Aufgabe, diese Bindung über den aktiven Aufenthalt hinaus zu fördern. Ziel ist es, ein positives und „warmes“ Gefühl für die Hochschule zu erhalten und zu verbreiten. Ein wesentlicher Aspekt dieser Förderung von Bindung und emotionalem Engagement ist die Pflege von Beziehungen durch Kommunikation und Vernetzung, sowohl mit gegenwärtigen als auch mit ehemaligen Mitgliedern. Eine zugrundeliegende Strategie dient als Leitfaden für diese Bemühungen.

Angebotene Aktivitäten können sich dabei wie folgt unterscheiden:

1. Einerseits können aktiven Mitgliedern der Hochschule Maßnahmen angeboten werden, um die Beziehung noch während ihrer Zugehörigkeit zur Organisation (Arbeitsbeziehung) aufzubauen und zu intensivieren, um von ihnen nach deren Ausscheiden wahrscheinlicher den größtmöglichen Nutzen in monetärer oder nicht-finanzieller Hinsicht rückzugewinnen. Dies folgt der Annahme/Erwartung, dass Engagement und Investition von zufriedenen Mitgliedern zu ihrer bindungsstarken Alma Mater relativ häufiger/intensiver sind.
2. Andererseits werden Maßnahmen für „echte Alumni“, ehemalige Hochschulangehörige, umgesetzt, um sowohl den Kontakt zu ihnen zu pflegen und ihnen die Möglichkeit des Austausches zu geben als auch ihre früheren Leistungen und Verbundenheit wertzuschätzen. Benefits für die Hochschule können dabei u. a. die von den Mitgliedern zur Verfügung gestellte Zeit, Geld, Wissen sowie Kontakte sein.

Bei allen Maßnahmen wird empfohlen, Wert auf deren professionsübergreifende und interdisziplinäre Ausrichtung zu legen. Darüber hinaus wird empfohlen, einige der Maßnahmen für beide Zielgruppen zu konzipieren, so dass sich diese treffen und auch – über die Generationen hinweg – vernetzen können.

## Vorteile und Nutzen eines Alumni-Managements an der Hochschule

*Alumni-Management* ist für Hochschulen ein strategischer Ansatz der Hochschulentwicklung. Die Politik hat dies erkannt und in mehreren Hochschulgesetzen bereits als Kernaufgabe verankert. Je nach Schwerpunktsetzung der Bildungseinrichtung ist hierfür eine Stelle oder Abteilung eingerichtet, welche die Funktion entsprechend dem Hochschul-spezifischen Fokus umsetzt.

Wichtig für eine erfolgreiche Alumni-Arbeit ist die Akzeptanz von und die Unterstützung durch bzw. die enge Zusammenarbeit mit der Hochschulleitung. Bestenfalls gibt es eine

festen Ansprechperson innerhalb der Hochschulleitung, die entsprechenden Einfluss innerhalb des Hauses aber auch nach außen hat. Neben einem engen Austausch mit der Leitung und dem Betrachten von Alumni-Arbeit als wesentlichen Teil der Hochschulstrategie, muss ein verlässliches Budget bereitgestellt werden.

Generelle Ziele einer Bildungseinrichtung können, entsprechend ihrem jeweils gesetzten Profil, sein: exzellente Lehre und herausragende internationale Forschung sowie der Erfolg weiterer Bereiche wie Wissenschaftskommunikation, Reputationsmanagement, Fundraising, etc. Der Erfolg all dieser Bereiche kann durch bereits vorhandene Ressourcen im Bereich des Alumni-Wesens gezielt gestärkt werden.

Mittel ist hierfür die bereits vorhandene Bindung durch die Studienzeit, ihrer Netzwerke und ihrer Verbundenheit zur Hochschule. Strategisches Alumni-Management stellt sicher, dass diese – bereits existierende – wertvolle Ressource für die Hochschule umfassend nutzbar gemacht und gezielt eingesetzt werden kann.

Mit der Etablierung des Alumni-Managements sind im allgemeinen folgende Vorteile für eine Bildungseinrichtung zu erwarten:

### **1. Stärkung der Alumni-Community**

- Steigerung der Intensität und Langlebigkeit der Alumni-Beziehungen: Stärkere Verbindungen fördern eine nachhaltige Unterstützung der und Identifikation mit der Hochschule
- Steigerung der Intensität des Gemeinschafts- und Bindungsgefühls: Ein lebendiges Gemeinschaftsgefühl steigert die Loyalität und das Engagement der Alumni.
- Aufbau eines starken Alumni-Netzwerks: Ein breites Netzwerk ermöglicht wertvollen Erfahrungsaustausch und gegenseitige Unterstützung.
- Steigerung des Engagements der Mitglieder: Aktive Beteiligung der Alumni sichert die langfristige Vitalität des Netzwerks.

### **2. Nutzen für Alumni und Hochschule – Synergien schaffen**

- Möglichkeit der Karriereunterstützung: Mentoring und Vermittlung bieten Alumni konkreten Mehrwert und stärken ihre Bindung.
- Wertvolle Feedbackschleifen zur langfristigen positiven Auswirkung auf die Qualität hochschulischer Prozesse: Alumni-Feedback ermöglicht kontinuierliche Verbesserungen in Lehre und Forschung.
- Ausbau im Zugang zu interdisziplinären Expertinnen und Experten: Alumni bringen vielfältiges Fachwissen für Kooperationen und Projekte ein.

### **3. Strategische Vorteile für die Hochschule**

- Verbesserung in der Ressourcengewinnung (materiell und nichtmateriell): Alumni können finanzielle Mittel und wertvolles Know-how für die Hochschule bereitstellen.
- Steigerung der Reputation, Markenbildung und finanziellen Unterstützung: Erfolgreiche Alumni tragen maßgeblich zum Ansehen und zur finanziellen Stabilität der Hochschule bei.
- Steigerung der verlässlichen Partnerschaften und Kooperationen: Alumni-Kontakte fördern erfolgreiche Kooperationen mit Unternehmen und Institutionen.

- Steigerung der Multiplikatorenwirkung: Erfolgreiche Alumni werben positiv für die Hochschule und ziehen neue Talente an.

#### 4. Recruiting und Hochschulentwicklung

- Gewinnung von Studieninteressierten: Alumni als Botschafterinnen und Botschafter inspirieren potenzielle Studierende für ein Studium an der jeweiligen Institution.
- Steigerung der Zufriedenheit der Mitglieder: Zufriedene Alumni sind loyale Unterstützerinnen und Botschafter der Hochschule.

## Integration innerhalb der Hochschule und Organisation des Alumni-Managements

*Alumni-Management* ist dann besonders wirkungsvoll, wenn es als bereichsübergreifende Querschnittsaufgabe umgesetzt wird und die Instrumente der Alumni-Arbeit in Zusammenarbeit mit verschiedenen Abteilungen und Interessengruppen innerhalb einer Hochschule genutzt werden. Dazu gehören insbesondere folgende Bereiche: Unternehmenskommunikation, Marketing, Employer Branding, Human Resources, Karriereberatung, Presse, Studierendenverwaltung, akademische Abteilungen, Fundraising.

Je nach Größe und Struktur der Institution wird empfohlen zu prüfen, wie *Alumni-Management* möglichst optimal organisiert werden kann. Dabei kann es zentrale, dezentrale oder zentral-dezentrale Ansätze geben. Jede Form birgt Vor- und Nachteile für das Alumni-Management, welche in der folgenden Tabelle dargestellt sind:

| Form         | Einzelne Stelle  | Abteilung  | Funktion innerhalb einer Abteilung  |
|--------------|--|--|---|
| Beschreibung | In kleineren Institutionen oder Organisationen kann das Alumni-Management als eine einzelne Stelle ausgestaltet sein, die von einer Alumni-Managerin oder einem Alumni-Manager besetzt wird. Diese Person ist für sämtliche Aspekte des Kontakts und der Zusammenarbeit mit Alumni verantwortlich. | In größeren Hochschulen gibt es oft eine eigene Abteilung für Alumni-Management. Diese Abteilung besteht aus mehreren Mitarbeitenden, die sich um verschiedene Aspekte der Alumni-Beziehungen kümmern, z.B. Veranstaltungen, Kommunikation und Fundraising. Diese Abteilung kann zentral mit dezentraler Unterstützung tätig sein. | Alumni-Management kann auch eine Hauptaufgabe innerhalb einer anderen Abteilung sein, beispielsweise in einer Abteilung für Marketing und Kommunikation oder für externe Beziehungen. |

|                  |   |  |   |
|------------------|---|--|---|
| <p>Vorteile</p>  | <p><b>Direkte Verantwortung:</b> Die Alumni-Managerin bzw. der Alumni-Manager hat einen klaren Verantwortungsbereich, was die Entscheidungsfindung beschleunigen kann.</p> <p><b>Persönlichere Beziehungen:</b> Durch die Konzentration auf eine Person kann eine persönlichere Beziehung zu den Alumni aufgebaut werden.</p> <p><b>Kosteneffizienz:</b> Eine einzelne Stelle kann kostengünstiger sein als eine ganze Abteilung.</p> | <p><b>Spezialisierung:</b> Mitarbeitende können sich auf bestimmte Aspekte des Alumni-Managements spezialisieren, wie z.B. Veranstaltungen oder Fundraising.</p> <p><b>Teamarbeit:</b> Eine Abteilung ermöglicht eine kollegiale Zusammenarbeit und Austausch von Ideen und Best Practices.</p> <p><b>Ressourcen:</b> Größere Ressourcen in Form von Budget, Zeit und Personal können effektiver für umfangreiche Projekte und langfristige Strategien genutzt werden.</p> | <p><b>Interdisziplinäre Zusammenarbeit:</b> Die Einbindung in eine größere Abteilung wie Marketing oder externe Beziehungen kann Synergien schaffen und dabei helfen, die Alumni-Arbeit mit anderen strategischen Zielen der Hochschule zu verknüpfen.</p> <p><b>Ressourcenteilung:</b> Die Infrastruktur und Ressourcen einer größeren Abteilung können genutzt werden, um kosteneffizient zu arbeiten.</p> <p><b>Flexibilität:</b> Das Alumni-Management kann flexibel integriert und je nach Bedarf skaliert werden.</p> |
| <p>Nachteile</p> | <p><b>Arbeitsbelastung:</b> Eine Person ist möglicherweise überlastet, wenn sie allein für alle Aspekte des Alumni-Managements verantwortlich ist.</p> <p><b>Ressourcenlimitierung:</b> Begrenzte Ressourcen in Bezug auf Zeit, Budget und Expertise können die Effektivität einschränken.</p> <p><b>Abhängigkeit:</b> Die Abhängigkeit von einer einzelnen Person kann</p>   | <p><b>Bürokratie:</b> Eine größere Abteilung kann mehr Bürokratie mit sich bringen, die Entscheidungsprozesse verlangsamt.</p> <p><b>Kosten:</b> Die Einrichtung und Aufrechterhaltung einer ganzen Abteilung kann teuer sein.</p> <p><b>Kommunikationsherausforderungen:</b> Die Koordination zwischen Teammitgliedern kann komplex</p>   | <p><b>Priorisierungskonflikte:</b> Alumni-Management kann gegenüber den anderen Aufgaben der Abteilung an Priorität verlieren.</p> <p><b>Identitätsdiffusion:</b> Die Alumni-Arbeit könnte an Spezialisierung verlieren, wenn sie nicht als eigenständige Einheit betrachtet wird.</p> <p><b>Abhängigkeit von größeren Zielen:</b> Die</p>  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>zu Problemen führen, wenn diese Person unerwartet ausfällt.</p> | <p>sein, klare Kommunikationslinien sind erforderlich. Abteilungsgrenzen müssen immer wieder überwunden werden. Interne und externe Koordinierung, die der Organisationsstruktur und -kultur gerecht wird, ist entscheidend.</p> | <p>Ziele des Alumni-Managements müssen möglicherweise den übergeordneten Zielen der Abteilung untergeordnet werden.</p> <p><b>Sichtbarkeit:</b> Es kann ein Mangel an Sichtbarkeit der Alumni-Arbeit entstehen, wenn andere Themen der Abteilung prioritär behandelt und kommuniziert werden.</p> |
|--|--|--|---|

## Ressourcen für ein gelingendes Alumni-Management

Zur Umsetzung der verschiedenen Maßnahmen für ein gelingendes Alumni-Management gibt es unterschiedliche Mittel. Bei der Verwendung dieser Ressourcen ist zu beachten, dass die Ressourcen als „*internal investment*“ zu betrachten sind und sich die Investitionen im Nachhinein für die Hochschule auszahlen können. Diese Finanzierung muss als Investition in die Zukunft gesehen werden, die nur schwer messbar ist und durch entsprechende KPI untermauert wird.

1. Alumni-Managerinnen und -Manager (Personalkosten stellen i.d.R. den größten finanziellen Posten dar)
2. Digitale Datenbank für personenbezogene Informationen der Mitglieder, Netzwerkmöglichkeit für die Mitglieder und/oder Datenanalyse zur Evaluierung der Alumni-Aktivitäten
3. Zeitgemäße Kommunikationskanäle/Medien für die Ansprache von aktuellen und künftigen Mitgliedern
4. Eigenes Budget z.B. für persönliche, hybride oder Online-Veranstaltungen für die diversen Zielgruppen
5. Zugang zu bestehenden Services, sonstigen Netzwerkveranstaltungen sowie Partnerinnen und Partnern der Hochschule

### Empfohlene Qualifikationen für Alumni-Managerinnen und Alumni-Manager:

#### 1. Bildung

Abgeschlossenes, zumindest grundlegendes Studium; optimalerweise im Bereich Kommunikation, Marketing, Personalverwaltung, Eventmanagement, Sozialwissenschaften oder einer verwandten Disziplin

## **2. Erfahrung**

Relevante Berufserfahrung in den Bereichen Projektmanagement, Community Building, Personalmarketing, Kommunikation und Kampagnenbildung, Veranstaltungsorganisation, Budgetverwaltung (Planung, Controlling), idealerweise strategisches und konzeptionelles Arbeiten im Hochschulumfeld

## **3. Arbeitsorganisation**

Fähigkeit, mehrere Einzelthemen sowie unterschiedlich komplexe Projekte gleichzeitig zu betreuen, Deadlines fristgerecht einzuhalten und Maßnahmen entsprechend der hochschulischen Priorisierung erfolgreich umzusetzen; detailorientiert und proaktiv in der Planung und Durchführung von zielgruppenspezifischen Aktivitäten

## **4. Kreativität und Innovationsgeist**

Entwicklung von innovativen Konzepten und Programmen für unterschiedliche Zielgruppen, um das Alumni-Netzwerk lebendig und engagiert zu halten; Offenheit für neue Ideen und Technologien, um die Alumni-Erfahrung bedarfsorientiert zu verbessern

## **5. Technische Fähigkeiten**

Kenntnisse in der Nutzung von Datenbank- und CRM-Systemen; versiert im Umgang mit sozialen Medien und digitalen Kommunikationswerkzeugen

## **6. Strategisches Denken**

Fähigkeit, mittel-/langfristige Pläne zu entwickeln, die mit den Zielen der Hochschule und den Erwartungen der Alumni übereinstimmen; Erkennung von Trends und Anpassung der Strategien entsprechend den sich ändernden Bedürfnissen der unterschiedlichen Stakeholder

## **7. Analytische Fähigkeiten**

Nutzung von Datenanalyse und Feedbackoptionen, um die Effektivität von Alumni-Programmen bewerten und kontinuierlich verbessern zu können; Fähigkeit, aussagekräftige Berichte zu erstellen und datenbasierte Entscheidungen zu treffen

## **8. Teamarbeit und Führungsfähigkeiten**

Zusammenarbeit mit verschiedenen Abteilungen der Hochschule sowie externen Partnern; in der Lage, ggf. ein Team zu führen und zu motivieren, um gemeinsame Ziele möglichst erfolgreich zu erreichen

## **9. Interkulturelle Kompetenz**

Verständnis und Sensibilität für personenbezogene Unterschiede und die Fähigkeit, in einem diversen Umfeld (interdisziplinär, international, ethnisch/religiös/kulturell/gender, etc.) erfolgreich zu arbeiten

## **10. Sprachkenntnisse**

Fließendes Deutsch in Wort und Schrift und ausgezeichnete Englischkenntnisse; weitere Sprachkenntnisse sind von Vorteil

## Aufbau und Anforderungen eines Alumni-Managements

| Zeitraum       | Aufgaben   | Anforderungen   |
|----------------|--|---|
| <b>Phase 1</b> | Aufbau einer Alumni-Strategie inkl. Bestandsaufnahme bestehender Aktivitäten   | Strategisches und analytisches Denken   |
|                | Aufbau von Kontaktnetzwerken zu Alumni und Zusammenführung von bestehenden Aktivitäten sowie Akteurinnen und Akteuren  | Kommunikationsstärke  |
|                | Organisation von Alumni-Veranstaltungen  | Fähigkeit zur Veranstaltungsplanung   |
|                | Erstellung von Newslettern und anderen Kommunikationsmaterialien   | Fähigkeiten im Umgang mit Social Media und digitalen Tools                            |
|                | Aufbau und Verwaltung einer Alumni-Datenbank, Identifikation von (IKT-)Schnittstellen und Sicherstellung des nötigen Datenaustauschs mit anderen Bereichen der Institution | Grundkenntnisse in Datenbankmanagement, Datenschutz und IKT                           |
|                | Enge Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen zur Schaffung von Mehrwertangeboten für Alumni   | Teamarbeit und Kollaborationsfähigkeiten  |
|                | Interne Kommunikation  | Etablierung einer Alumni-Kultur mit nachhaltigen Prozessen zur Aktivierung von Alumni |
| <b>Phase 2</b> | Pflege und weiterer Ausbau des Alumni-Netzwerks  | Langjährige Erfahrung im Networking   |
|                | Entwicklung strategischer Partnerschaften mit Alumni für Mentoring-Programme und Sponsoring-Aktivitäten  | Strategisches Denken und Verhandlungsfähigkeiten                                      |
|                | Analyse und Optimierung der bisherigen Alumni-Programme auf Basis von Feedback und Erfolgskennzahlen   | Analytische Fähigkeiten und Erfahrung in Projektbewertung                             |
|                | Leitung eines kleinen Teams zur Verwaltung von Alumni-Aktivitäten  | Führungskompetenzen   |
|                | Implementierung neuer Technologien für effektiveres Alumni-Engagement  | Fortgeschrittene IKT-Kenntnisse und Innovationsfähigkeit                              |