

Von besten Beispielen lernen

13. Konferenz der Alumni-Organisationen in Darmstadt:
30. Mai bis 1. Juni



Konferenz in Darmstadt:
Längere Pausen – mehr Zeit
für Gespräche

Erfolgreiche Alumni-Arbeit heißt netzwerken – und genau dies steht im Mittelpunkt der alumni-clubs.net Konferenz 2008. Vom 30. Mai bis 1. Juni treffen sich rund 250 haupt- und ehrenamtliche Organisatoren der Alumni-Netzwerke sowie Verantwortliche für Fundraising und Career Service an Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu ihrem jährlichen Erfahrungsaustausch. Gastgeber ist in diesem Jahr die Technische Universität Darmstadt, die auch ihr Alumni-Konzept präsentiert. „Wir sprechen mit der Konferenz gleichermaßen erfahrene wie weniger erfahrene Alumni-Organisatoren an. Jeder Zielgruppe bieten wir Informationen zu ihren spezifischen Fragestellungen“, sagt Oliver Figur, Konferenzmanager von alumni-clubs.net. Um den Neulingen den Einstieg zu erleichtern, gibt es für sie am Freitagabend erstmals einen eigenen Empfang vor der großen Welcome-Party.

.Ausgewiesene Experten

In den 16 Workshops am Samstag werden den Alumni-Experten umfangreiche Informationen und Best-Practice-Beispiele geboten: Workshops zu Fundraising, Alumni-

Arbeit und Internationalen Netzwerken stehen ebenso auf dem Programm wie zu IT-Lösungen, Kommunikation mit der Öffentlichkeit oder Hochschulmarketing. Als Referenten hat alumni-clubs.net ausgewiesene Experten gewonnen: Sie kommen von den neuen Elite-Universitäten, vom Centrum für Hochschulentwicklung und vom Deutschen Akademischen Austauschdienst. Zudem referieren internationale Gäste aus Großbritannien und den Niederlanden.

.Preis für bestes Werbekonzept

Rahmenprogramm: Auf der Darmstädter Konferenz präsentieren die Mitglieder von alumni-clubs.net in einer Ausstellung ihre erfolgreichen Werbekampagnen für neue Alumni. Die Konferenzteilnehmer stellen die Jury. Sie sind aufgefordert, ihre Stimme abzugeben, und vergeben den Preis für das beste Alumni-Marketing.

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.alumni-clubs.net

Editorial

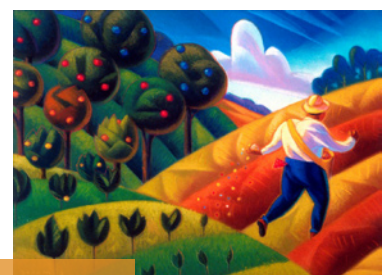
Liebe Mitglieder von alumni-clubs.net,

die Hochschullandschaft ist in Bewegung: Alumni-Arbeit, Fundraising, Career Service und Hochschulmarketing erhalten – endlich – eine zentralere Bedeutung im Management der deutschen und österreichischen Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Dass all diese Aufgaben zusammengehören, merken viele von Ihnen täglich.

Mit den Aufgaben seiner Mitglieder wächst auch das Angebot von alumni-clubs.net. So haben wir 2007 die Arbeitsgruppen Fundraising und Career Service eingerichtet, um die Vernetzung unserer Mitglieder in diesen Bereichen zu stärken. Auch die Konferenzen waren auf die erweiterten Bedürfnisse abgestimmt. Sie werden künftig für Alumni-Manager ebenso interessant sein wie für Fundraiser und Marketingverantwortliche.

Der Vorstand von alumni-clubs.net ist im Ausland vernetzt und schaut sich nach erfolgreichen Lösungen um, vor allem an angelsächsischen Hochschulen. Auf unserer 13. Konferenz der Alumni-Organisationen werden deshalb zwei erfahrene Alumni & Development-Direktoren aus Großbritannien als Referenten und Diskussionspartner zur Verfügung stehen. Von den internationalen Erfahrungen können wir viel lernen, aber kopieren können wir sie nicht. Es gilt, einen eigenen Weg zu finden.

*Ihr Dominik Kimmel,
Vorstandsmitglied Hochschulentwicklung
und internationale Kontakte*



Hauptsponsor
in Darmstadt:
Rux Burton
Associates



Stiftungsuniversität
Frankfurt plant mehrjährige
Fundraisingkampagne

Persönliche Bindung und große Träume

Seminar von alumni-clubs.net zu Fundraising und Alumni-Management an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt

„Vertrauen ist die Grundlage, wenn Fundraising erfolgreich sein soll“, erklärte Geert Sanders, Professor an der niederländischen Universität Groningen, den Teilnehmern des Fundraising-Seminars von alumni-clubs.net in Frankfurt. Seit 1997 leitet der Psychologe den „Ubo Emmius Fonds zur Pflege der Beziehungen und Fundraising“. Der nach dem Gründungsrektor der Universität Groningen benannte Fonds wirbt jährlich rund vier Millionen Euro für die Universität ein. Die Ausgaben der Fundraiser belaufen sich auf circa eine halbe Million Euro.

Langjährige Beziehungspflege und gute Vorbereitung machen einen solchen Erfolg möglich. Und der Blick ins Ausland: Vor dem Start des Fonds informierte sich die Universitätsleitung an amerikanischen Universitäten über vitale Alumni-Netzwerke und Erfahrungen mit Fundraising. Und schließlich holte sie zwei Berater, einen aus den USA, einen aus Großbritannien, nach Groningen.

Geert Sanders verfolgt als Leiter des Fonds und als Fundraiser die „beziehungsorientierte“ Methode. Erste Ansprechpartner sind deshalb Alumni, denn sie bringen bereits eine Verbindung zur Universität mit und sind deshalb eher bereit, etwas zu geben. Eine der Kernfragen sei, wie man die Verbindung lebendig hält.

.Gute Vorbereitung zählt

Der Niederländer nannte den Seminarteilnehmern Regeln für erfolgreiches Spendensammeln. Eine lautete: „Sei gut vorbereitet, denn einmal gestartet, lässt sich eine Fundraisingkampagne nicht mehr zurücknehmen.“ Eine andere Regel formulierte Geert Sanders so: „Kenne den eigenen Bedarf und benenne Träume, die verwirklicht werden sollen.“

Doch private Mittel sind heiß begehrt. Um sie konkurrieren Hochschulen mit vielen anderen Organisationen. „Jährlich sponsern und spenden Unternehmen in Deutschland rund 2,7 Milliarden Euro. Davon fließen weniger als 100 Millionen Euro in die Wis-

senschaft“, erläuterte Christian Kramberg, Vorstandsvorsitzender von alumni-clubs.net. Einzelne Ausnahmen machten Schlagzeilen, wie die 200-Millionen-Euro-Spende von Klaus Jacobs an die inzwischen nach ihm benannte Jacobs University Bremen.

Ein anderes Beispiel ist die Universität Frankfurt, die seit 2008 eine Stiftungsuniversität ist. Sie erhielt nicht nur eine private Großspende von 33 Millionen Euro, sondern ist schon heute die Hochschule mit den meisten Stiftungslehrstühlen (fast 30) in Deutschland. Die Universität pflegt ihre Kontakte insbesondere zu einflussreichen Bürgern und Unternehmen. „Das ist bei uns Chefsache. Der Präsident weiß, wie wichtig der Aufbau persönlicher Bindungen ist“, sagte Olaf Kaltenborn, Leiter Marketing und Kommunikation in Frankfurt. Bereits jetzt kommen zum jährlichen Landeszuschuss von etwa 290 Millionen Euro mehr als 45 Prozent aus Drittmitteln und sonstigen Erlösen der Universität hinzu.

.100 Jahre Goethe-Universität

Mit Blick auf das 100-jährige Jubiläum der Goethe-Universität 2014 ist eine mehrjährige „capital campaign“ geplant. „Dazu wollen wir eine maßgeschneiderte Strategie entwickeln und fundraisingfähige Projekte aus den Bereichen Forschung, Studentenservice und Bauvorhaben identifizieren“, erläuterte Olaf Kaltenborn. Als Hauptzielgruppen der Kampagne nannte er Frankfurter Bürger, Unternehmer, Ehemalige und Eltern der Studierenden.

Zum Seminarabschluss gab Christian Kramberg den Teilnehmern seinen Wahlspruch mit auf den Weg: „Wertschätzung schafft Wertschöpfung.“ Spender wollen Aufmerksamkeit. Dazu zählt eine besonders gestaltete Weihnachtskarte, die Einladung zu einem Kamingespräch mit dem Rektor oder die exklusive Führung durch eine Ausstellung – je persönlicher, desto besser.

Katja Spross

Aus den Clubs

3

**Ausstellungen:
Alumni präsentieren
ihre Kunstwerke**



**Ausgezeichnet:
Freiburger Career-
Service-Team**

Braunschweig »

Teil des Qualitätsmanagements

An der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig wird die Alumni-Arbeit professionalisiert. „In den vergangenen Jahren fehlte uns eine klare Struktur. Nun wird die Alumni-Arbeit Teil des Qualitätsmanagements der Hochschule“, sagt die Koordinatorin Ellen Fischer. Die 1963 gegründete Kunsthochschule möchte dokumentieren, wo ihre Absolventen bleiben, welche Auszeichnungen sie für ihre Arbeiten erhalten und wie sich darin die Güte der Ausbildung widerspiegelt.

Dazu baut die Hochschule für Bildende Künste ein Alumni-Portal im Internet auf. Die derzeit 1.200 Studierenden sowie alle Ehemaligen können sich dort anmelden, miteinander in Kontakt treten und Netzwerke aufbauen. Rund um das Portal bietet die Hochschule verschiedene Aktivitäten: einen jährlichen Alumni-Tag, fachbereichsbezogene Einladungen und einen Karrieretag, an dem Studierende Kontakt zu Ehemaligen aufnehmen können. Daneben sind Ausstellungen geplant, in denen Absolventen ihre Kunstwerke präsentieren. Schließlich locken attraktive Schulungsprogramme und Workshops die Alumni an ihre alte Hochschule zurück.

Freiburg »

Vorbildlicher Studienservice

„Alumni Freiburg“ bietet seit 1997 ehemaligen Studierenden der Universität Freiburg die Möglichkeit, wieder in Kontakt zu ihrer Hochschule zu kommen. Die Resonanz auf Einladungen zu Alumni-Treffen ist seither sehr groß – im vergangenen Jahr kamen über 2.000 Gäste aus aller Welt. Momentan baut die Ehemaligenorganisation das Informationsangebot im Internet weiter aus und bietet Weiterbildungsmöglichkeiten für Alumni an.

In Sachen Berufspraxis arbeitet die Freiburger Alumni-Organisation eng mit dem Career Center der Hochschule zusammen. So können Alumni und ihre Arbeitgeber über die Vermittlungsdatenbank „Career Bench“ qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen. Und die vom Career Center organisierte Firmenkontaktmesse „Heads & Hands“ bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich vor Ort zu präsentieren und Kontakte zu knüpfen. Alumni können Studierende aber auch im Rahmen einer Firmenexkursion in ihr Unternehmen einladen. Ein spezieller Service ist die Alumni-Praktikumsvermittlung: Das Career Center vermittelt Studierenden Kontakte zu Alumni, die Praktika anbieten. Im vergangenen Jahr zeichnete der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft das Freiburger Career Center in einem bundesweiten Wettbewerb für seinen vorbildlichen Service für die Studierenden aus.

Bern »

Sommerserenade & Alumni-Tage

Die Universität Bern gründete im vergangenen Jahr mit „Alumni UniBE“ eine Dachorganisation für ihre Ehemaligen. An den acht Fakultäten und rund 160 Instituten der Hochschule an der Aare sind derzeit rund 12.500 Studierende eingeschrieben. „Alumni UniBE“ hat nun mit dem Aufbau einer Datenbank begonnen, in der künftig Adressen und weitere wichtige Angaben zu den Ehemaligen zentral verwaltet werden.

Allein in den vergangenen fünf Jahren gab es 10.000 Absolventen an der Universität Bern, die in die zentrale Datenbank aufgenommen werden sollen – auf die Mitarbeiter kommt also einige Arbeit zu. Später erhalten die registrierten Ehemaligen Zugriff auf ihre Daten und können sie selbst auf den aktuellen Stand bringen. Bereits 2007 regte „Alumni UniBE“ den fakultätsübergreifenden Austausch auf zwei Veranstaltungen an, die nun regelmäßig geplant sind: Der Alumni-Tag steht im Zeichen wechselnder aktueller Themen und die Sommerserenade unterhält mit orchestraler Live-Musik.

Doris Bünnagel

Karrierezentren stehen im Schatten

Wettbewerb soll Abhilfe schaffen



Volker Meyer-Guckel:
„Career Services schärfen
das Profil der Hochschule.“

Am besten unterstützen die TU Berlin, die Uni Freiburg und die private Wirtschaftshochschule Vallendar ihre Studierenden beim Eintritt ins Berufsleben. Dies ermittelte der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gemeinsam mit den Wirtschaftsprüfern Deloitte und der Hochschulrektorenkonferenz in einem Wettbewerb. Volker Meyer-Guckel, stellvertretender Generalsekretär des Stifterverbandes und Vorsitzender der Jury, erläutert die Hintergründe.

Welchen Anlass hatte der Wettbewerb?

Der Stifterverband fördert den Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Eine wichtige Schnittstelle dafür sind die Career Services, die aber allzu oft im Schatten stehen und personell häufig schlecht ausgestattet sind. Der Wettbewerb hat klar gezeigt, dass Career Services als Dienstleister für Studierende und Unternehmen besonders erfolgreich arbeiten, wenn sie die strategische Unterstützung der Hochschulleitung haben.

Warum sollten Rektoren Geld für Career Services ausgeben?

Gute Career Services schärfen das Profil der Hochschule: Sie loten das Umfeld von interessierten Unternehmen aus, bereiten Studierende auf den erfolgreichen Berufseinstieg vor und senken sogar die Abbrecherquoten. Die Unternehmenskontakte sind wichtig für Forschungsvorhaben, die Curriculumentwicklung und für das Fundraising.

Welche Funktionen haben Alumni?

Alumni spielen eine entscheidende Rolle und können als Vermittler zu Unternehmen oder als Karriereberater für Studierende tätig werden. Aber die wenigsten Hochschulen haben das Potenzial ihrer Alumni erschlossen, viele sind erst dabei, Kontakte zu den Ehemaligen aufzubauen. Private Hochschulen schaffen von Anfang an eine Identifikationsbasis: Absolventen treten mit der Einschreibung in den Alumni-Verein ein.

KS

Alumni Ticker

+++ Gute Erfahrung hat community bre-
men, das Alumni-Netzwerk der **Universi-
tät Bremen**, mit seiner Telefonkampagne
2007 gesammelt. Innerhalb von drei Wo-
chen hatte das Team aus 22 Studierenden
1.025 Personen kontaktiert und über Ange-
bote der Uni informiert. Nun liegen die Er-
gebnisse vor: 60 neue Mitglieder und För-
dermitglieder im Alumni-Netzwerk, 165
Kontakte zu Unternehmensgründern und
Alumni, die ein Unternehmen gründen
wollen, sowie Spendenversprechen für den
Universitäts-Spendenfonds in Höhe von
mehr als 17.000 Euro. Erfreulich: Über 200
Alumni haben angeboten, Studierende be-
ruflich zu beraten. mehr +++ Was erwarten
Ehemalige von einem Alumni-Treffen? Das
Netzwerk der **Universität Halle**, Alumni
Halenses, will es genauer wissen und hat ei-
ne Fragebogenaktion unter seinen Absolven-
tinnen und Absolventen gestartet. Die Er-
gebnisse sollen in das internationale Alu-
mi-Treffen, das im Rahmen der Langen Nacht
der Wissenschaften am 4. Juli 2008 geplant
ist, einfließen. Unter allen Teilnehmern
verlost das Netzwerk Artikel aus der Uni-
Shop-Kollektion. mehr +++ Freien Eintritt
im Europapark Rust, dem größten Freizeit-
park Europas, genossen die Ehemaligen und
ihre Familien beim 5. internationalen Alu-
mi-Treffen der **Universität Karlsruhe** im
November letzten Jahres. 1.100 Gäste waren
der Einladung von Alumnus Roland Mack,
dem geschäftsführenden Gesellschafter des
Freizeitparks, gefolgt. Im Mittelpunkt des
Wochenendes stand die abendliche Gala.

mehr

Herausgeber

Christian Kramberg
alumni-clubs.net e.V.
www.alumni-clubs.net

Redaktion

Katja Spross
www.trio-medien.de

Grafik und Layout

www.axeptdesign.de

Fotonachweise

S. 1 Lutz Liebert;
S. 2 Universität Frankfurt;
S. 3 Uni Freiburg,
Katharina Gattermann;
S. 4 Stifterverband

17. April 2008/2. Regionaltreffen Nord, FH Lübeck

30. Mai – 1. Juni/ 13. Konferenz der Alumni-Organisationen, Technische Universität Darmstadt, Themen: Alumni, Fundraising, Career Service – jeweils mit Best-Practice-Beispielen aus den einzelnen Clubs, Alumni-Marketing-Preis

20. – 21. November/ Seminar Fundraising und Alumni-Management, Frankfurt a.M., Themen: Spenden, Drittmittel, Sponsoring, Fundraising – Einführung Steuer- und Rechtsfragen, Vertragsgestaltung und Pricing, Best Practice Fundraising, Praxis-workshop