

Integration bringt Identifikation

Internationale Alumni aktivieren



**Geballte Expertise:
Alumni-Manager haben
alle Ehemaligen im Blick**

Internationale Absolventen sind wichtige Zugpferde für Alumni-Netzwerke. Auf diese kurze Formel brachte Matthias Klumpp, Professor an der Fachhochschule für Oekonomie und Management (FOM), seinen Eröffnungsvortrag auf der alumni-clubs.net Konferenz in Darmstadt. „Sie sind sichtbar, übernehmen eine Leitfunktion und sind besonders empfänglich für Alumni-Arbeit“, sagte der Wirtschaftsprofessor.

Mehr als die Hälfte der Studierenden aus dem Ausland will nach dem Abschluss in Deutschland arbeiten oder promovieren. Gleichzeitig wuchs ihre Zahl in den vergangenen zehn Jahren um das Doppelte, auf 190.000 – Tendenz weiter steigend. Und die internationalen Absolventen zeigen eine hohe Bereitschaft, in Alumni-Netzwerken mitzuarbeiten: „Ihnen fehlen häufig andere soziale Anknüpfungspunkte. Das Netzwerk der ehemaligen Kommilitonen, der Kontakt zu früheren Professoren und zur Hochschule sind eine wichtige Stütze für ihr Leben in Deutschland.“

Egal ob die Absolventen in Deutschland bleiben oder als Botschafter der deutschen Hochschule in ihrem Heimatland aktiv sind – das Potenzial sei bei weitem nicht ausgeschöpft, meinte Matthias Klumpp. Deshalb ermunterte er die Alumni-Manager in Darmstadt, ihre internationalen Absolventen künftig stärker in die jeweiligen

Netzwerke einzubinden und riet von Sonderveranstaltungen ab: „Integration muss das Ziel sein. Sie stärkt die interkulturelle Kompetenz der deutschen und internationalen Alumni und ist eine Grundvoraussetzung, auf dem weltweiten Arbeitsmarkt zu bestehen.“

Bei weitem die meisten ausländischen Studierenden in Deutschland sind Chinesen, gefolgt von Bulgaren, Polen und Russen. Die Sprache sei aber kein Problem, meint der Professor, denn wer in Deutschland studiert hat, spricht entweder Englisch oder Deutsch. *KS*

Alumni-Preis

Auf der Mitgliederversammlung in Darmstadt wurde der Idee des jährlichen Alumni-Preises zugestimmt. Der Preis wird von einer unabhängigen Jury auf der jährlichen Konferenz vergeben für Themen-Projekte aus der direkten Alumni-Arbeit sowie den Gebieten Career-Service, Hochschulmarketing und Fundraising. Preisträger müssen Mitglied bei alumni-clubs.net sein. Als Bewerbung wird eine maximal zweiseitige Beschreibung und Anschauungsmaterial eines bereits realisierten Projektes verlangt. Zur Mitwirkung an der Ausgestaltung des Preises melden Sie sich bitte unter:

acn.verband@alumni-clubs.net

Editorial

Liebe Mitglieder von alumni-clubs.net,

Online-Netzwerke boomen. Deren Mitglieder tauschen sich nicht nur beruflich aus, sondern bekommen konkrete Jobangebote oder Aufforderungen, sich zu bewerben. Aber die Online-Netzwerke sind auch sehr hilfreich bei der Suche nach alten Freunden oder Alumni. In separaten Gruppen finden sich die Alumni auf diesen Plattformen zu bestimmten Fächern, Themen und Fragestellungen zusammen und betreiben gezieltes Networking. Online-Plattformen können eine neue Form der Kommunikation sein und die Alumni-Arbeit ergänzen. Bereits viele Hochschulen haben dieses erkannt und recherchieren nach Ehemaligen und kommunizieren auf diese Art zusätzlich zu den althergebrachten Formen mit ihren Alumni. Gerade der aktive Austausch mit Gleichgesinnten bringt einen der Lösung eines Problems oft schneller näher. Man muss das Rad nicht neu erfinden!

Aus diesen Gründen hat sich der Vorstand von alumni-clubs.net entschieden, neben unseren anderen Formen der Unterstützung, die Moderation der Alumni-Manager-Gruppe auf XING zu übernehmen. Sie sind gerne eingeladen sich mit über 1.000 anderen Mitgliedern in dieser Gruppe über Ihre tägliche Arbeit auszutauschen. Nutzen Sie dieses Angebot!

*Ihr Christian Kramberg,
Vorsitzender von alumni-clubs.net e.V.*

Virtuell geht schnell

Soziale Netzwerke im Internet – eine Fundgrube für Alumni-Manager

Bernd Hackstette ist Netzwerker aus Leidenschaft. Vor allem die sozialen Netzwerke im Internet wie XING, Lokalisten, werkennt-wen, studiVZ, meinVZ oder LinkedIn haben es ihm angetan. Allerdings geht es ihm weniger darum, mit Freunden zu chatten oder die eigene Karriere zu fördern: Der Geschäftsführer von Alumni Göttingen e.V. ist auf der Suche nach Absolventen der Göttinger Universität, die sich ebenfalls in diesen Netzwerken tummeln.

„Wir kommunizieren unsere Veranstaltungen über XING und haben damit gute Erfahrungen gemacht. Zu einem Berliner Regionaltreffen haben sich binnen weniger Stunden 60 Göttinger Alumni angemeldet“, sagt Bernd Hackstette. Vorteil: In der von ihm moderierten Alumni-Gruppe auf XING können alle Ehemaligen sehen, wer ebenfalls zur Veranstaltung kommt. „Diese Transparenz ist ein entscheidender Vorteil“, sagt der Alumni-Experte.

.Alumni-Gruppen im Netz

Zurzeit buhlen die sozialen Netzwerke um neue Mitglieder – mit Erfolg. Innerhalb eines Jahres stiegen die Nutzerzahlen in Deutschland um 120 Prozent. Die Vernetzung im Internet ist zu einem Volkssport geworden, ein Ende nicht abzusehen. Spitzenreiter bei deutschen Alumni-Gruppen ist zurzeit das Business-Netzwerk XING. „Inzwischen gibt es mehr als 2.000 Alumni-Gruppen in verschiedenen Sprachen auf XING. Dazu zählen auch viele Unternehmen, die ihre globalen Alumni-Aktivitäten auf unserer Plattform vereinen“, sagt XING-Gründer und Vorstandsvorsitzender Lars Hinrichs gegenüber alumni-clubs.net und wirbt mit aktuell 5,7 Millionen Mitgliedern weltweit. Besonders beliebt bei Studierenden ist studiVZ. Das Angebot hat seit Februar 2008 mit meinVZ einen „großen Bruder“. So bezeichnet Tom



Wer netzwerkt bleibt nicht im Regen stehen

Sadowski, Leiter von meinVZ, das für 25 bis 40-Jährige konzipierte Freizeitnetzwerk. Sprich: Wer studiVZ entwachsen ist, also die Hochschule verlassen hat, kann auf meinVZ weiter netzwerken und seine Kontakte mitnehmen. Beide Online-Netzwerke gehören zum Medienkonzern Holtzbrinck und haben nach Angaben von Tom Sadowski über sechs Millionen Mitglieder.

„Junge Alumni finden wir häufig bei studiVZ, später wechseln sie wahrscheinlich zu meinVZ“, vermutet Bernd Hackstette. Deshalb will er auch auf dieser Plattform

präsent sein. Um international erfolgreiche Göttinger Ehemalige zu finden, netzwerkt der Alumni-Spezialist auch bei LinkedIn oder Facebook.

.Auch Briefe kommen an

Es gilt der Grundsatz: Etablierte Kontakte zu pflegen ist einfacher und billiger, als Alumni weltweit zu suchen. Die lockere Verbindung über ein Online-Netzwerk hat sich als Strategie bewährt, da die meisten Absolventen nach dem Examen selten sofort in einen Alumni-Club eintreten. „Alumni Göttingen“ zählt auf XING rund 3.800 Teilnehmer, aber nur 200 von ihnen sind Mitglieder im Alumni-Verein der Universität, dem insgesamt 3.000 Alumni angehören. Virtuelle Absolventengruppen können sich sehen lassen: Auf Platz eins bei XING ist die Alumni-Gruppe der RWTH Aachen mit über 7.600 Teilnehmern gelistet, gefolgt von der Uni Köln mit 6.500.

So hilfreich die sozialen Netzwerke für die Alumni-Arbeit sind – alle Ehemaligen lassen sich über sie nicht erreichen. „Die Altersgruppe 50 plus finden wir kaum in diesen Netzwerken. Ab einem bestimmten Karrierelevel ist das Netzwerken im Internet kaum noch interessant, außerdem unterscheidet sich die Mediennutzung älterer von den Internet-Gewohnheiten junger Absolventen“, sagt Bernd Hackstette.

Deshalb ist das Telefonbuch bei der Alumni-Suche in dieser Altersgruppe nach wie vor die erste Wahl. Alumni-Arbeit funktioniert nicht nur virtuell: „Selbstverständlich versenden wir auch Briefe. Außerdem pflegen wir unser eigenes Alumni-Portal. Und wer von allen gesehen werden möchte, der meldet sich zu einer Veranstaltung sowohl dort als auch auf XING an.“ *Katja Spross*



Stilvoll: Bucerius Alumni dinieren gemeinsam

Bucerius Law School »

Alumni-Dinner

Im Sommer 2004 entließ die Bucerius Law School den ersten Absolventenjahrgang. Nur wenige Monate später gründete dieser Jahrgang in enger Kooperation mit dem Career Office der Hochschule den selbstständigen Verein „Bucerius Alumni“. Inzwischen hat der junge Club bereits über 360 Mitglieder, die sich über das vereinsinterne Internetportal fachlich und freundschaftlich austauschen. Die Bucerius Alumni sind auch regional vernetzt: in Berlin, München und im Rheinland.

„Der enge Kontakt zur Hochschule und zu den Studierenden ist uns sehr wichtig“, sagt Sebastian Naber, erster Vorsitzender des Vereins. Studierende können dem Verein allerdings erst nach Erhalt des ersten hochschulinternen Abschlusses, des Bachelor of Laws (LL.B.), beitreten. Jedoch organisiert der Club regelmäßig Veranstaltungen für Studierende. „Zum Beispiel treffen sich Alumni mit Examenkandidaten, um Lernstrategien zu vermitteln, Prüfungserfahrungen auszutauschen oder auch einfach nur die Nerven zu beruhigen“, sagt Sebastian Naber. Für eine Mitgliedschaft gleich nach dem Erhalt des LL.B. spricht auch die Absolventenmesse der Law School. Hier vermittelt das Career Office in Zusammenarbeit mit der Internetplattform des Vereins Einzelgespräche mit den beteiligten Unternehmen, für die sich nur Mitglieder anmel-

den können. Regelmäßige Vorträge und Podiumsdiskussionen erleichtern ebenfalls den Berufseinstieg: So berichten Alumni aus dem ersten Absolventenjahrgang über ihre Erfahrungen bei der Bewerbung, dem Vorstellungsgespräch und in der Probezeit. Höhepunkt der gesellschaftlichen Aktivitäten ist das festliche Bucerius Alumni Dinner einmal im Jahr.

Freie Universität Bozen »

Sprach- und Sportkurse

Ein Jahr nach seiner Gründung im Januar 2007 ging das Internetportal des Alumni-Clubs der Freien Universität Bozen 2008 online und erleichtert seitdem den Kontakt und die Kommunikation unter den rund 300 Mitgliedern. „Das Internetportal bietet die Möglichkeit, alte Kommilitonen wiederzufinden und berufliche sowie persönliche Kontakte zu pflegen. Zum Service gehören auch verschiedene Fach-Communities, Sportgruppen sowie Job- und Praktika-Angebote von Alumni für Alumni“, erläutert Iris Tappeiner vom Careers Advisory Service der Universität.

In Zusammenarbeit mit dem Sprachenzentrum bietet der Club zahlreiche Sprachkurse

für Alumni an. Aktuell zum Beispiel einen Chinesisch-Kurs in Qingdao/China. Im Social Club der Universität, den sich der Absolventenverein mit dem Studentenverein teilt, treffen sich die Alumni mit Wirtschaftsvertretern zu Sportkursen oder zu gesellschaftlichen Ereignissen: Höhepunkt des Jahres 2007 war die feierliche Verleihung der Ehrenmitgliedschaft an die Rektorin der Freien Universität Bozen, Rita Franceschini.

Katharina Jung



Kraftvoll: Fußballfreunde stärken den Zusammenhalt

Sponsorenbeitrag



Partnerschaftlich fördern.

Studierende in das Berufsleben begleiten

Ein Studium zu meistern, stellt Studierende vor organisatorische und finanzielle Herausforderungen, die durch Studiengebühren und gestiegene Anforderungen der Arbeitgeber zugenommen haben.

Die Deutsche Bildung hat als Unternehmen eine ganzheitliche Studienförderung entwickelt: eine Kombination aus Studienfinanzierung und inhaltlichem Guidance-Programm. Ermöglicht wird dieses Konzept über Studienfonds, in die institutionelle und private Anleger investieren. Im Unterschied zu einem Studienkredit erfolgt die Rückzahlung einkommensabhängig nach dem Berufseinstieg.

Mit alumni-clubs.net teilt die Deutsche Bildung als Sponsor das Ziel, Absolventen in das Berufsleben zu begleiten und ihre persönliche Entwicklung durch Netzwerke und relevante Hilfestellungen zu unterstützen.

Mehr unter: www.deutsche-bildung.de

Demographischer Wandel verändert Hochschulen

Markus Langer beschäftigt sich bei CHE Consult mit Hochschulmarketing und leitet das Projekt „Ein Daten-Atlas für das deutsche Hochschulsystem“. Im Interview erläutert er den Zusammenhang zwischen demographischem Wandel und Alumni-Arbeit.



Markus Langer:
„Gezieltes Studierendenmarketing fördert die lebenslange Bindung.“

Auf der Jahreskonferenz von alumni-clubs.net haben Sie den Daten-Atlas vorgestellt. Mit welchen neuen Ergebnissen?

Wichtigstes Ergebnis: An den Hochschulen in den östlichen Bundesländern werden sich in den kommenden Jahren immer weniger Studierende aus der Region einschreiben. Darüber hinaus beantwortet der Atlas die Frage, wo es sich lohnt, künftige Studierende zu rekrutieren. Für Marke-

tingstrategien haben wir damit eine gute Informationsbasis. Hochschulen sollten mit diesen Strategien gezielt die Studienanfänger ansprechen, die sie auch haben wollen. Die lebenslange Bindung – das wissen Alumni-Manager – beginnt mit der Immatrikulation. Je stärker sich Studierende mit dem Profil der Hochschule identifizieren, desto leichter wird Alumni-Arbeit. Die Basis hierfür legt gezieltes Marketing.

Welche Rolle spielen Alumni beim Marketing?

Alumni geben glaubhaft über Studienqualität und -atmosphäre Auskunft. Sie sind wichtige Botschafter in der Mund-zu-Mund-Werbung. Hochschulen müssen noch lernen, Alumni und Studierende offensiv für ihr Marketing einzusetzen.

Welche Auswirkungen hat der demographische Wandel auf die Alumni-Arbeit?

Wenn Studienanfängerzahlen zurückgehen, verändert sich die Struktur der Hochschule, es werden Fächer zusammengelegt oder ganze Fakultäten geschlossen. Den Alumni fehlt dann die akademische Heimat, das ist eine Herausforderung, auf die sich Alumni-Manager einstellen müssen. KS

Alumni Ticker

+++ Die **Universität Würzburg** zählt zu den ältesten in Deutschland (gegründet 1402) – die fakultätsübergreifende Organisation der ehemaligen Würzburger Studierenden zu den jüngsten. „Alumni Uni Würzburg – Netzwerk mit Zukunft“ startete Anfang 2008 und sorgte vom 4. bis 6. Juli für eine weitere Premiere: das Alumni-Sommerfest. Künftig soll es alle zwei Jahre Alumni nach Würzburg locken. 30.000 bis 50.000 ehemalige Studierende und Mitarbeiter der Universität leben in Würzburg und Unterfranken, weltweit sind es mehr als 100.000 und jährlich kommen rund 4.000 hinzu. mehr +++ Welche Studienkollegen hat es in die Metropolen Singapur und New York katapultiert? Dies erfahren die Alumni der **Johannes Kepler Universität Linz** bei den ersten Alumni-Treffen außerhalb Europas im Sommer. Sie erweitern auf diese Weise ihr persönliches Netzwerk und erhalten spannende Informationen von anderen Unternehmen mit österreichischen Mitarbeitern. mehr +++ Absolventen der **Hochschule Offenburg**, heute bei namhaften Unternehmen tätig, referierten am 14. Juni auf dem „Symposium Verfahrenstechnik“ der Fakultät für Maschinenbau über Energie-, Umwelt- und Biotechnik. Sie brachten Studierende und Alumni auf den neuesten Stand der künftigen Energieversorgung, die angesichts des knapper und teurer werdenden Öls unsere Wirtschaft tief greifend beeinflussen wird. mehr

Herausgeber

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

Redaktion

Katja Spross (KS)
www.trio-medien.de

Grafik und Layout

www.axeptdesign.de

Fotonachweise

S. 1 TU Darmstadt;
S. 2 alumni-clubs.net;
S. 3 Bucerius Law School,
Freie Universität Bozen;
S. 4 CHE Consult

alumni-clubs.net e.V. ist der Verband der Alumni-Organisationen im deutschsprachigen Raum. Ihm gehören über 180 Alumni-Organisationen und Hochschulen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an.

13.–14. Oktober 2008/*Seminar Alumni-Management*, Ort wird noch bekannt gegeben, Themen: Typische Elemente der Alumni-Arbeit, Organisationsformen und strukturelle Einbindung der Alumni-Arbeit, Friendraising, Fundraising und Brainraising, *Seminargebühr*: 290 Euro für Nichtmitglieder, 190 Euro für Mitglieder

16. Oktober 2008/7. *Regionaltreffen NRW, Hagen*, Thema: „Alumni-Arbeit kommunizieren: Strategien für die erfolgreiche Etablierung innerhalb der Hochschule“

20.–21. November 2008/*Seminar Fundraising und Alumni-Management*, Frankfurt, Themen: Spenden, Drittmittel, Sponsoring, Fundraising – Einführung, Steuer- und Rechtsfragen, Vertragsgestaltung, Best Practice Fundraising Praxisworkshop

08.–10. Mai 2009/14. *Konferenz der Alumni-Organisationen*, Universität Münster