

Reihe

Leitfaden Alumni-Arbeit an Hochschulen

ISSN 1613-6519

Herausgeber

Christian Kramberg (alumni-clubs.net e.V.)

Lars Hüning (CHE Consult GmbH)

Nr. 10: Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015

Redaktion: Christian Kramberg (alumni-clubs.net e.V.)

Autoren

Vera Lindenlaub (Technische Universität Hamburg, TUHH)

Martina Mayer (Fachhochschule Kufstein Tirol Bildungs GmbH)

Dr. Ariel Hugentobler (Universität St. Gallen, HSG Alumni)

November 2015

alumni-clubs.net e.V.

CHE Consult GmbH

**alumni-clubs.net - Verband der Alumni-
Organisationen im deutschsprachigen Raum e.V.**

Postfach 12 01 10, 68052 Mannheim

www.alumni-clubs.net

CHE Consult GmbH

Warschauer Straße 32, 10243 Berlin

www.che-consult.de

Inhalt

1	Die Reihe „Leitfaden Alumni-Arbeit“	4
2	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2014-2016	6
3	Auslobung des Alumni-Preises „Premium D-A-CH“ 2015	7
4	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015 – Preisträger und Anerkennungen	10
5	One Family: TU & YOU	11
5.1	Ausgangslage und Zielsetzung	11
5.2	Realisiertes Konzept TU & YOU und ihre Zielgruppen	11
5.3	Organisationsstruktur	12
5.4	Maßnahmen und besondere Aktivitäten	13
5.5	Nachhaltigkeit und Erfolgskontrolle	14
5.6	Interne und externe Kommunikation	14
5.7	Ausblick	15
6	Anerkennung für die Fachhochschule Kufstein Tirol Bildungs GmbH	16
6.1	1. Fachhochschule KufsteinTirol (FHK)	16
6.2	Ausgangssituation	16
6.3	Zielsetzung	16
6.4	Kurzbeschreibung Konzept	17
6.4.1	Zielorientierte Fokussierung	17
6.4.2	Zielgruppen	17
6.4.3	Organisatorische Einheit	17
6.4.4	Kommunikationskonzept	17
6.5	Ausgewählte Aktivitäten der Alumni & Career Services	18
6.6	Zusammenfassung und Evaluierung	18
7	Anerkennung für die Universität St. Gallen (HSG Alumni)	20
7.1	Ein einzigartiges Projekt ist realisiert – Zusammenfassung	20
7.2	Beschreibung des Konzepts	21

7.3	Einbindung des Konzepts in strategische Zielsetzung von HSG Alumni	21
7.4	Zielorientierte Fokussierung «Alumni-Management in organisatorischer Einheit mit Career Service».....	22
7.5	Organisationsstruktur und Infrastruktur.....	22
7.6	Benennung der Zielgruppe	22
7.7	Umgesetzte Maßnahmen.....	23
7.8	Auswirkungen der Maßnahmen.....	23
7.9	Interne und externe Kommunikation des Projekts.....	23



alumni-clubs.net dankt Universum Communications (UNIVERSUM) für die großzügige Unterstützung bei der Vergabe des Alumni-Preises „Premium D-A-CH“ 2014, 2015 und 2016

1 Die Reihe „Leitfaden Alumni-Arbeit“

Der Verband alumni-clubs.net e.V. und das Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) arbeiten zusammen an der Reihe „Leitfaden Alumni-Arbeit“. Zielsetzung dieser – hoffentlich richtungsweisenden – Dokumentation ist die praxisorientierte Unterstützung des Alumni-Gedankens und der Alumni-Organisationen an Hochschulen. Jedes einzelne Positionspapier beleuchtet dabei unabhängig von den anderen und in sich geschlossen eine spezifische Fragestellung aus dem weiten Themenfeld der Alumni-Arbeit. Die einzelnen Folgen werden zunächst sukzessive veröffentlicht und stehen für alle Interessierten kostenfrei bei alumni-clubs.net zum Download bereit. Nach Erscheinen der gesamten Reihe ist eine Gesamtpublikation des Leitfadens geplant. Daneben werden aber weiterhin die einzelnen Module nach dem Baukasten-Prinzip für die Nutzer eine individuelle Zusammenstellung ihrer Informationsbedürfnisse ermöglichen. Die nachfolgende Planungsübersicht ist unverbindlich und auch offen für ergänzende Anregungen aus der Praxis – auch Koautoren sind jederzeit willkommen.

Folge	Thema
(1)	Zentrale und dezentrale Aufgabenverteilung in der Alumni-Arbeit
(2)	Datenbanklösungen für die Alumni-Arbeit
(3)	Nutzen der Ehemaligen in der Arbeit von Alumni-Organisationen
(4)	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2010
(5)	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2011
(6)	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2012
(7)	Career Service und Alumni-Arbeit
(8)	Alumni-Organisationen und Gesellschaften der Freunde und Förderer
(9)	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2014
(10)	Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015
(11)	Alumni-Management und Social Media
(12)	Alumni-Betreuung und Datenschutz
(13)	Netzwerkarbeit und Außenkommunikation
(14)	Alumni-Management und Fundraising

Wir wünschen allen Engagierten im Alumni-Management eine interessante und nutzbringende Lektüre.

Christian Kramberg (alumni-clubs.net e.V.) und Lars Hüning (CHE Consult GmbH)

Mannheim und Berlin, im Dezember 2015

Als *Ansprechpartner* für diese Ausgabe des Leitfadens ist

Christian Kramberg unter christian.kramberg@alumni-clubs.net
zu erreichen.

2 Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2014-2016

alumni-clubs.net e.V. (acn) verlieh in den Jahren 2010-2012 den Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten. Auch mit der neuen Auflage der für die Jahre 2014, 2015 und 2016 vorgesehenen Auszeichnung will der Verband professionelle und nachhaltige Alumni-Konzepte sowie deren operative Umsetzung in Hochschulen, außeruniversitären Forschungseinrichtungen und Alumni-Vereinen honorieren, ebenso zu einer weiteren professionellen Alumni-Arbeit auf hohem Niveau motivieren. Das jährliche Preisgeld ist auf 10.000 Euro festgelegt und wird zur Hälfte von Universum Communications (UNIVERSUM) finanziert. Eine hochkarätig besetzte Jury ermittelt den jeweiligen Preisträger sowie eventuelle Anerkennungen. Die Auszeichnung wird auf der jährlich stattfindenden acn Konferenz in feierlichem Rahmen übergeben.

Schwerpunkte des Alumni-Preises „Premium D-A-CH“ 2014-2016

Die Hochschullandschaft unterliegt einem kontinuierlichen Wandel. Damit verändern sich auch Aufgabenstellungen und Schwerpunktsetzungen der Alumni-Arbeit.

Zunächst wurde das Alumni-Management als isolierter Aufgabenbereich betrieben. Mittlerweile verschwimmen die Grenzen zu den angrenzenden Kompetenzfeldern wie Career Service oder Fundraising. Diese Entwicklung spiegeln zunehmend die Strukturen der organisatorischen Einheiten oder der personellen Zuständigkeiten an den Institutionen wider. Alle genannten Bereiche haben jedoch eines gemeinsam: Die notwendige Grundlage ihrer Arbeit ist eine intensive und nachhaltige Beziehungspflege (Beziehungsmanagement, Relationship Management).

Der Fokus der neuen Preisrunde liegt daher mit unterschiedlicher organisatorischer Schwerpunktsetzung auf der Integration des Beziehungsmanagements für die Bereiche Alumni-Management, Career Service und Fundraising.

Ziele

Der Verband beabsichtigt mit der Vergabe des Preises

- die Alumni-Arbeit verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken,
- die Bedeutung des Verbands für Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen und Alumni-Vereine sowie für die Alumni-Arbeit weiter zu verstetigen sowie
- professionelle, vorbildliche und innovative Best-Practice-Beispiele öffentlich zu machen.

Alumni-Preise „Premium D-A-CH“ 2014-2016

- 2014: Alumni-Management in Kooperation mit Career Service und/oder Fundraising
- **2015: Alumni-Management in organisatorischer Einheit mit Career Service und/oder Fundraising**
- 2016: Alumni-Management, Career Service und Fundraising unter einem organisatorischen Dach

3 Auslobung des Alumni-Preises „Premium D-A-CH“ 2015

Auslober

alumni-clubs.net e.V.

Thema

Realisiertes Konzept/Projekt mit dem organisatorischen Schwerpunkt

„Alumni-Management in organisatorischer Einheit mit Career Service und/oder Fundraising“

Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind Alumni-Organisationen an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie Alumni-Vereine im deutschsprachigen Raum unabhängig von einer Mitgliedschaft bei alumni-clubs.net.

Termine

Abgabetermin ist der **31. März 2015, 24 Uhr**; digitale Versendung an alumni-preis@alumni-clubs.net; Betreff: Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015

Die Preisverleihung findet am 08. Mai 2015 während der 20. acn Konferenz an der Universität Potsdam statt. Die Preisträgerin/der Preisträger wird vorher benachrichtigt und zur Konferenz eingeladen.

Organisatorische Rahmenbedingungen an Ihrer Institution

Die Felder Alumni-Management, Career Service und Fundraising sind an Ihrer Institution in unterschiedlichen Abteilungen/Einheiten untergebracht bzw. unterliegen getrennten Zuständigkeiten (Personen). Für Ihre Bewerbung kommen Konzepte/Projekte in Frage, in denen das Alumni-Management über längere Dauer hinweg temporäre Projekte in enger Kooperation mit den Abteilungen Career Service und/oder Fundraising durchführt.

Darstellung:

- Auf einem Deckblatt sind der Name der Bearbeiterin/des Bearbeiters, Funktion und Abteilung (organisatorische Zuordnung), der Name der Institution oder des Vereins sowie die Kontaktdaten wie postalische Adresse, Mailadresse, Telefonnummer und URL der Webseite anzugeben.
- Das Konzept/Projekt mit dem organisatorischen Schwerpunkt „**Alumni-Management in organisatorischer Einheit mit Career Service und/oder Fundraising**“ soll auf maximal fünf DIN A4-Seiten dargestellt (Schriftgröße 12 Punkt, 1,5-zeilig) und im pdf-Format digital eingereicht werden. Bitte halten Sie sich bei Ihrer Bewerbung an die Vorgaben für den Umfang, die Schriftgröße und den Zeilenabstand.
- Thematisch sorgfältig ausgewähltes und aufschlussreiches Informationsmaterial wie Programme, Flyer etc. (ebenfalls digital) werden zur ergänzenden Darstellung als Anlagen zusätzlich erwartet. Bitte achten Sie darauf, dass die Anlagen in Summe nicht mehr als 8 MB betragen (verwenden Sie

eine webtaugliche Version und keine Printversion z.B. eines Flyers).

Die Darstellung des Konzepts/Projekts soll die folgenden Aspekte beinhalten:

- knappe und schlüssige Beschreibung des Konzepts/Projekts,
- Einbindung des Konzepts/Projekts in die strategische Zielsetzung der Institution,
- zielorientierte Fokussierung auf den organisatorischen Schwerpunkt „ Alumni-Management in Kooperation mit Career Service und/oder Fundraising“,
- Beschreibung der Organisations- und Infrastruktur; Beteiligung weiterer Einrichtungen der Institution am Projekt,
- Benennen der Zielgruppe,
- Darstellung und Begründung der Maßnahmen, die im Rahmen des Projekts umgesetzt wurden,
- zielgruppenorientierte Auswirkungen der Maßnahmen im Rahmen des Konzepts (Evaluierung, Erfolgskontrolle) sowie
- interne und externe Kommunikation des Projekts (ÖA/PR).

Vergabekriterien:

Die eingereichten Konzepte/Projekte müssen den folgenden Kriterien genügen:

- knappe und schlüssige Darstellung des Konzepts/Projekts,
- Einbindung in die strategische Zielsetzung der Institution; Organisations- und Infrastruktur,
- zielorientierte Fokussierung auf den organisatorischen Schwerpunkt „ Alumni-Management in Kooperation mit Career Service und/oder Fundraising“,
- Benennen der Zielgruppe,
- innovativer und nachhaltiger Charakter des Konzepts/Projekts,
- hohe Qualität der Planung und Umsetzung des Konzepts/Projekts und Begründung der Maßnahmen,
- zielgruppenorientierte Auswirkungen der Maßnahmen im Rahmen des Konzepts (Evaluierung, Erfolgskontrolle),
- Synergieeffekte mit weiteren Einrichtungen der Institution sowie
- interne und externe Kommunikation des Projekts (ÖA/PR).
- Anlage: Thematisch sorgfältig ausgewähltes und aufschlussreiches Informationsmaterial

Jury

Brigitte Göbbels-Dreyling, Hochschulrektorenkonferenz (HRK)

Anne Schmitt, Universum Communications (UNIVERSUM)

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

Martin Spiewak, DIE ZEIT

Dr. Alexander Tiefenbacher, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Rechtsweg

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Insbesondere ist die Jury nicht verpflichtet, ihre Entscheidung gegenüber Dritten offen zu legen oder zu begründen.

Die Vorstandsmitglieder von alumni-clubs.net e.V. sowie die Jurymitglieder und weitere, am Preisverfahren beteiligte Personen sind von der Teilnahme an der Bewerbung um den Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ ausgeschlossen.

Der Verband alumni-clubs.net

alumni-clubs.net e.V. (acn), ist der Verband der Alumni-Organisationen im deutschsprachigen Raum (D-A-CH: Deutschland, Österreich und Schweiz), ist Kommunikations-, Kooperations- und Serviceplattform für seine Mitglieder und unterstützt deren Arbeit in den Kompetenzfeldern Alumni-Management, Fundraising und Career Service. Mit der Gründung von acn im Jahre 1997 wurde das erste soziale Netzwerk für Alumni-ManagerInnen geschaffen und damit der Grundstein für die weitere Entwicklung des Verbands gelegt. Mit dieser Initialzündung und weiteren kontinuierlichen Aktivitäten fördert der Verband bis heute die Bedeutung von Alumni-Netzwerken und deren Positionierung in der Öffentlichkeit.

Zurzeit sind rund 285 Alumni-Organisationen aus dem deutschsprachigen Raum (D-A-CH) Mitglieder bei alumni-clubs.net. Mehr als 400 Institutionen sind im Internetverzeichnis des Verbands registriert.

Webseite: www.alumni-clubs.net

4 Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015 – Preisträger und Anerkennungen

Der Alumni-Preis „Premium D-A-CH“ 2015 geht an die Technische Universität Hamburg (TUHH). Damit würdigt der Verband alumni-clubs.net (acn) das exzellente Zusammenspiel von Alumni-Management und Fundraising unter dem Dach „TU & YOU“. Die mit 10.000 Euro dotierte und von Universum Communications großzügig unterstützte Auszeichnung wird während der 20. acn-Konferenz an der Universität Potsdam im Rahmen der feierlichen Abendveranstaltung am 8. Mai 2015 verliehen.

16 Alumni-Organisationen und -Vereine nahmen an der Ausschreibung teil. Die TUHH überzeugte die Jury* mit einem schlüssigen und ausgereiften Konzept, das unter dem Motto „Spenden, Stiften, Sponsern“ auf nationaler und internationaler Ebene eine Kultur wechselseitiger Unterstützung pflegt und systematisch die beteiligten Organisationen vernetzt. Die enge Anbindung an die Universitätsleitung sowie langfristig ausgerichtete Maßnahmen versprechen einen nachhaltig erfolgreichen Charakter. Die TUHH erfüllt mit ihrer Bewerbung alle Beurteilungskriterien auf höchstem Niveau.

*Brigitte Göbbels-Dreyling, Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Anne Schmitt, Universum Communications; Christian Kramberg, alumni-clubs.net e.V.; Martin Spiewak, DIE ZEIT; Dr. Alexander Tiefenbacher, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Einige der eingereichten Bewerbungen sind in Teilbereichen sehr qualitativ und implizieren zukunftsfähige Potenziale. Daher verleiht die Jury zwei zusätzliche Anerkennungen.

Die Bewerbung der FH Kufstein Tirol punktet mit einem professionell durchdachten und umfangreich aufgestellten Programm von Alumni-Management und Career Service. Erwähnenswert sind diese Leistungen insbesondere im Hinblick auf die relativ kleine und noch junge Hochschule. Die Universität St. Gallen (HSG Alumni) erhält die zweite Anerkennung. Unter dem Motto „Vom Studium bis zum Ruhestand“ bündelt das seit Jahren professionell aufgestellte Konzept ein breit gefächertes Angebot in den Segmenten Alumni-Management und Career Service. Der karriereorientierte Ansatz bürgt mit seinem gut aufeinander abgestimmten Maßnahmenpaket für zukunftsfähige Perspektiven.

Die Preisrunde 2014 bis 2016 fokussiert mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen auf eine zunächst nur projektbezogene Kooperation (2014) über den organisatorischen Verbund von zwei Bereichen (2015) bis hin zur dauerhaften Zusammenarbeit von Alumni-Management, Career Service und Fundraising unter einem organisatorischen Dach (2016). Die thematische Orientierung entspricht dem Entwicklungstrend der Hochschullandschaft, in dem diese Bereiche unter dem übergeordneten Begriff „Beziehungsmanagement“ immer mehr zusammenwachsen.

alumni-clubs.net möchte mit der Vergabe der Auszeichnung Anreize für qualitativvolles Beziehungsmanagement schaffen als Basis für eine nachhaltige integrative Zusammenarbeit. Weitere Intention des Verbands ist es, diese Arbeit öffentlichkeitswirksam zu machen und seine Bedeutung für die betroffenen Institutionen weiter zu festigen.

5 One Family: TU & YOU

5.1 Ausgangslage und Zielsetzung

Die im Jahr 1978 gegründete Technische Universität Hamburg (TUHH) gehört zu den innovativsten und modernsten Universitäten Deutschlands. Seit ihrer Gründung verfolgt sie zukunftsweisende Ansätze in Forschung, Lehre und Technologietransfer. Mit der 1992 gegründeten TuTech Innovation GmbH entstand die erste hochschuleigene Technologietransfergesellschaft Deutschlands. Die Lehr- und Forschungsaktivitäten waren von Anfang an interdisziplinär organisiert. Bei der Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen und der Internationalität (25% ausländische Studierende) spielt die TUHH eine Vorreiterrolle. Die TUHH verfügt durch ein klares Forschungsprofil in den drei Kompetenzfeldern „Green Technologies“, „Life Science Technologies“ und „Aviation & Maritime Systems“, ihre modernen Lehrmethoden (Problem Based Learning, eLearning) sowie ihren internationalen Campus über die besten Voraussetzungen, sich im nationalen und internationalen Wettbewerb als eine der führenden Technischen Universitäten zu positionieren. Um dieses Ziel trotz sinkender staatlicher Unterstützung zu erreichen, hat Präsident Professor Garabed Antranikian (Leitung seit 1. April 2011) es sich zur Aufgabe gemacht, die Alumni-, Stifter- und Förderkultur intensiv weiter zu entwickeln und gemeinsam mit den Vorständen von Stiftung und Alumni-Verein das Projekt „One Family: TU & YOU“ zu einem strategischen Ziel zu erklären.

5.2 Realisiertes Konzept TU & YOU und ihre Zielgruppen

Im Jahr 2013 hat die TUHH die Aktivitäten ihrer Stiftung und ihres Alumni-Vereins gebündelt: Sie fasst beide Einheiten synergistisch unter dem Dach TU & YOU zusammen. Nach dem Vorbild international führender Universitäten wurden mit der organisatorischen Zusammenlegung von Alumni-Management und Fundraising eine Struktur geschaffen, die es der TUHH erlaubt, potenzielle Förderer, Ehemalige, Mitarbeitende sowie Stifter gezielt anzusprechen und langfristig an die Universität zu binden. 2014 wurde die TuTech Innovation GmbH als dritte Säule (Sponsoring) in das Konzept TU & YOU eingebunden, um die umfangreichen Fundraising-Maßnahmen zu komplettieren. In einem Kooperations- und Rahmenvertrag ist das Ziel der Zusammenarbeit zwischen den Partnern unter der gemeinsamen Dachmarke TU & YOU fixiert.



Mit „Spenden – Stiften – Sponsoring“ ist es nun möglich, alle Fördermöglichkeiten maßgeschneidert und individuell anzubieten. Das Ziel ist eine Universitätsgemeinschaft, die die Kultur des wechselseitigen Unterstützens lebt. Mit der neu geschaffenen Dachmarke TU & YOU und dem dazugehörigen Onlineportal hat die

TUHH zusätzliche Anreize geschaffen, um die zielgruppengerechte Ansprache und den menschlichen sowie fachlichen Austausch zwischen Alumni, Mitarbeitenden, Stiftern, der Industrie und Wirtschaft, aber auch zwischen Kulturen national und international zu intensivieren und für diese Zielgruppen reizvolle Angebote und Mehrwerte zu schaffen.

5.3 Organisationsstruktur

Das Präsidium unterstützt die Bestrebungen durch die Einrichtung einer TU & YOU Geschäftsstelle im Präsidialbereich. Zusätzlich nehmen der Leiter des Präsidialbereichs und die Verantwortlichen der TUHH-Stiftung und des TUHH-Alumni-Vereins koordinierende Positionen ein. Das TU & YOU-Team besteht aus mittlerweile sieben Personen:

Dr. Ralf Grote - *Leiter des Präsidialbereichs*

Bert E. König - *Geschäftsführer der Stiftung zur Förderung der TUHH*

Prof. Andreas Liese - *Vorsitzender des Vereins Alumni & Förderer der TUHH*

Vera Lindenlaub - *Alumni-Koordinatorin und Geschäftsstelle TU & YOU*

Saskia Kapels - *Geschäftsstelle der Stiftung zur Förderung der TUHH*

Friederike Alfes - *Mitarbeiterin im Alumni-Management Schwerpunkt Entrepreneurship*

Bärbel Müller - *Sekretariat des Vereins Alumni & Förderer der TUHH*



Prof. Dr. Andreas Liese, Saskia Kapels, Vera Lindenlaub, Bert E. König, Friederike Alfes, Dr. Ralf Grote, Bärbel Müller,

Foto: TUHH / A. Gruhn

Bei der Alumni-Koordinatorin laufen die Fäden zusammen, in enger Zusammenarbeit mit dem TU & YOU-Team sowie dem Career Service der TUHH, dem NIT (Northern Institute of Technology Management) sowie dem Startup Dock ist sie für die strategische Weiterentwicklung und die inhaltliche Steuerung aller Maßnahmen von TU & YOU verantwortlich.

5.4 Maßnahmen und besondere Aktivitäten

TU & YOU-Portal und Newsletter

Um sowohl den Austausch untereinander als auch die Vernetzung zwischen TU & YOU und ihren Mitgliedern zu verbessern, wurde nach dem Launch der neuen Webseite ein dazugehöriges mitgliedergeschütztes Online-Portal (www.tuandyou.de) in Zusammenarbeit mit dem Multimedia Kontor Hamburg entwickelt. Im Portal sind verschiedene Statusgruppen wie Studierende, Alumni, Vereinsmitglieder, Mitarbeiter und Stifter angelegt. Sie haben die Möglichkeit, sich untereinander zu vernetzen, Interessens- oder Fachgruppen zu gründen und Stellenangebote oder Veranstaltungen über die Plattform zu veröffentlichen. Seit Oktober 2013 haben sich 1300 Mitglieder registriert und das Ziel ist es, bis 2020 50 % aller Absolventen eines Jahrgangs für das Netzwerk zu gewinnen. Über die neue Kommunikations-, Karriere- und Informationsplattform wird seit Dezember 2013 vierteljährlich der TU & YOU-Newsletter versandt. Er informiert über Neuigkeiten der TUHH, Alumni- und Fundraising-Themen, um alle TU & YOU-Mitglieder – Studierende, Mitarbeitende, Alumni und Stifter – gleichermaßen anzusprechen.

TU & YOU-Lounge

Dank der großzügigen Unterstützung von Stiftern und Förderern kann im neu renovierten Ostflügel des TUHH-Hauptgebäudes im April 2015 die TU & YOU-Lounge als erstes Ergebnis unserer gemeinsamen Alumni- und Fundraising-Strategie eröffnet werden. Sie bietet mit einem Küchen- und Aufenthaltsbereich sowie einem Sitzungsraum die Möglichkeit einer kommunikativen Begegnungsstätte für Alumni, Professoren, Mitarbeitern und Gäste aus Wirtschaft, Politik, Kunst und Gesellschaft. Die TU & YOU-Lounge steht für Veranstaltungen und Begegnungen zur Verfügung und trägt dazu bei, den Austausch zwischen aktiven und ehemaligen Angehörigen der TUHH und ihren Gästen zu fördern.

TUHH & NIT Homecoming 2014

Erstmalig wurde im September 2014 gemeinsam mit dem NIT ein dreitägiges Homecoming veranstaltet, zu dem alle TU & YOU-Mitglieder eingeladen wurden. Die Gäste erwartete ein erlebnisreiches Programm: Die TUHH öffnete ihre Institutstüren und bot auf dem Campus Führungen sowie Vorträge, eine Audimax-Show mit den TUHH-Kinderforschern und Business4 Slam sowie eine Homecoming-Festveranstaltung im Hotel Empire Riverside. Es feierten über 150 Gäste aus dem In- und Ausland bis in den frühen Morgen und verabschiedeten sich beim gemeinsamen Brunch am Sonntagmittag. Das nächste Homecoming findet im September 2016 statt.

Alumni-Meeting Points

TU & YOU organisiert mehrmals im Jahr Alumni-Meeting Points bei Veranstaltungen. Beim TUHH-Sommerfest, der ACHEMA (Internationale Messe der Prozessindustrie), dem Hamburg Innovation Summit, der „Nacht des Wissens“ oder auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt gibt es einen Treffpunkt für TU & YOU-Mitglieder.

Wachsendes TU & YOU-Netzwerk – Alumni Chapter

Eine besondere Aufgabe besteht darin, den Kontakt zu den internationalen Alumni und deren Unternehmen sowie zwischen TUHH-Studierenden und Alumni im In- und Ausland herzustellen. Daher hat die TUHH Alumni Chapter im In- und Ausland gegründet. Die Alumni Chapter sind wichtige Knotenpunkte innerhalb des national und international wachsenden TU & YOU Netzwerkes. Als „Botschaften der TUHH“ unterstützen die Chapter den Wissenstransfer sowie den Ausbau von persönlichen und beruflichen Kontakten zwischen Studierenden, Alumni sowie Mitarbeitenden weltweit und intensivieren die Bindung zur TUHH. Nach Hamburg, Berlin, Kopenhagen, Mexiko-Stadt, Rio de Janeiro, New York und San Francisco wurde im März 2015 das nunmehr achte TUHH-Chapter in München gegründet.

5.5 Nachhaltigkeit und Erfolgskontrolle

Das Präsidium hat das Projekt One Family: TU & YOU zum strategischen Ziel erklärt, um sich zukünftig als Spitzenuniversität im nationalen und internationalen Vergleich weiter positionieren zu können. Um die Nachhaltigkeit dieses Konzepts zu gewährleisten, ist die neu geschaffene Stelle der Alumni-Koordinatorin / Geschäftsstelle TU & YOU unbefristet besetzt worden. Außerdem wurden der Alumni-Verein, die Stiftung und die TuTech Innovation GmbH durch langfristige vertragliche Regelungen in das Gesamtkonzept eingebunden.

Das neue Online-Portal mit seinen bislang 1300 Mitgliedern sowie die Reaktivierung der Social Media Kanäle XING, Facebook und LinkedIn haben die Möglichkeiten der Kommunikation mit den TU & YOU-Mitgliedern erheblich verbessert. Durch begleitende Pressearbeit und diverse Publikationen sind die Öffentlichkeit und potenzielle TU & YOU-Mitglieder auf die neue Netzwerk-Initiative aufmerksam geworden. Des Weiteren werden durch interne Kommunikation und Positionierung der Marke TU & YOU auch Studierende und Mitarbeitende angesprochen, Teil der TU & YOU-Familie zu werden.

Seit dem Start des Projekts TU & YOU ist zudem die Zahl der Stifter auf 50 und die Höhe der zweckgebundenen Zuwendungen p.a. gestiegen.

5.6 Interne und externe Kommunikation

Die Maßnahmen und Aktivitäten von TU & YOU werden intensiv von der Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit flankiert und unterstützt. 2014 erschien eine ZEIT Beilage der TUHH, die einen Beitrag über TU & YOU enthielt. Über Veranstaltungen wie das Homecoming oder Chapter-Gründungen wurde ausgiebig in der Presse und auf der Web- und Facebook Seite der TUHH berichtet.

Das TU & YOU-Printmagazin „Engagement“ (s. Anlage) wurde 2014 erstmals mit finanzieller Unterstützung der Stifter lanciert und erscheint nun im jährlichen Turnus. Des Weiteren wurde eine TU & YOU-Facebook Seite erstellt. Die geschützten Gruppen auf den Social Media Plattformen XING und LinkedIn wurden neu aktiviert und intensiv als Kommunikationskanäle für Newsletter, Veranstaltungshinweise oder Neuigkeiten genutzt.

5.7 Ausblick

Die TUHH wird in den nächsten Jahren ihre TU & YOU-Aktivitäten und -Angebote kontinuierlich ausbauen und weiter entwickeln. Derzeit wird das Online-Portal durch neue Funktionen erweitert (z.B. Online-Vereinsmitgliedschaft, bessere Such- und Filterfunktionen, Aufbau der Rubrik „Jobs & Karriere“), um den virtuellen Austausch unter den TU & YOU Mitgliedern noch attraktiver zu gestalten. Auch die Webseite von TU & YOU wird neu strukturiert und ausgebaut, so dass Interessierte mehr Informationen zu den Angeboten von TU & YOU sowie zu verschiedenen Fördermöglichkeiten erhalten. In diesem Jahr sind weitere Alumni Chapter in China und Singapur in Planung, anschließend sollen Frankreich und Spanien folgen.

Von der neuen TU & YOU-Lounge erwarten wir einzigartige und innovative Möglichkeiten des Austauschs und der Vernetzung. TUHH-Präsident Garabed Antranikian ist ein leidenschaftlicher Koch und wird Kochabende mit den TU & YOU-Mitgliedern anbieten. Das gemeinsame Kochen und Essen im Kreise der TUHH-Familie soll unsere Alumni, Mitarbeitende, Studierende, Förderer und Partner auf einzigartige Weise untereinander und mit der TUHH verbinden.

*Technische Universität Hamburg (TUHH)
Präsidialbereich
Vera Lindenlaub
Alumni-Koordinatorin / Geschäftsstelle TU & YOU
Am Schwarzenberg-Campus 1
21073 Hamburg
+49 40 42878-4671
vera.lindenlaub@tuhh.de
www.tuhh.de*

6 Anerkennung für die Fachhochschule Kufstein Tirol Bildungs GmbH

6.1 Fachhochschule KufsteinTirol (FHK)

Die Fachhochschule Kufstein Tirol betreut derzeit 1.600 Studierende aus 50 Ländern der Erde. Die angebotenen 12 Bachelor- und 9 Masterprogramme sowie Postgraduate Programme haben alle einen betriebswirtschaftlichen Kern und eine starke internationale Ausrichtung. Zu den Highlights gehören das verpflichtende Auslandssemester an einer der 176 Partneruniversitäten und die Möglichkeit mehrere Fremdsprachen zu erlernen. Seit 1997 haben insgesamt 3.309 Absolventinnen und Absolventen in Kufstein abgeschlossen. Wir fördern und fordern unsere Studentinnen und Studenten mit dem Fokus auf eine praxisbezogene akademische Berufsausbildung. Entscheidend ist uns die persönliche und individuelle Betreuung. Als verantwortungsbewusste Persönlichkeiten mit ethischen Grundsätzen lösen unsere Absolventinnen und Absolventen die Problemstellungen von morgen. Wir unterstützen sie dabei mit unseren Netzwerken auch über ihren Abschluss hinaus und pflegen den engen Kontakt. Internationale Standards, Mobilität und permanente Wissenserneuerung sind für uns elementar. Qualitätsbewusstsein auf allen Ebenen sehen wir als oberstes Gebot. Der Weiterentwicklung zur lernenden Organisation haben wir uns verpflichtet. Dies erreichen wir durch stetes Hinterfragen unserer Strategien, Strukturen und Prozesse.

6.2 Ausgangssituation

In der Pionierphase der Fachhochschule Kufstein Tirol konzentrierten sich viele Aktivitäten in den Aufbau und Ausbau der Studiengänge. Die Alumni- und Career-Arbeit wurde weitgehend vernachlässigt. Dazu wurden die Bereiche Alumni, Career Center und Fundraising von unterschiedlichen Abteilungen gemanagt. Es gab auch keine zusammengefassten und koordinierten Strategien zwischen den einzelnen Abteilungen. Mit dem Hochschulentwicklungsplan 2020 wurde das strategische Ziel aufgenommen diese drei Bereiche zusammenzufassen und mit innovativen Konzepten zum Leben zu erwecken. Im Dezember 2013 nahm Frau Mag. (FH) Martina Mayer die Herausforderungen an und entwickelte eine mit der Unternehmensstrategie abgestimmte Alumni und Career Center Strategie. Mit der Verabschiedung der Strategie wurde auch ein neuer Name kreiert – die Abteilung **Alumni & Career Services** wurde ins Leben gerufen und untersteht als eigene organisatorische Einheit direkt der Geschäftsführung.

6.3 Zielsetzung

Das Alumni & Career Center soll durch Bündelung der Bereiche Alumni und Career Service als eigene organisatorische Einheit eine starke, dienstleistungsorientierte Einheit bilden um einen Mehrwert für die Stakeholder der Fachhochschule Kufstein Tirol zu bieten. Zielsetzung ist hierbei durch eine möglichst frühe Einbindung und Begeisterung der Studierenden über Dienstleistungen eine langfristige Bindung an die Fachhochschule Kufstein Tirol zu erreichen und aufrecht zu erhalten. Als Messgrößen dienen hierbei die Mitgliederzahlen und Teilnehmer an den Aktivitäten.

6.4 Kurzbeschreibung Konzept

Die FH Kufstein hat den strategischen Stellenwert und die Bedeutung einer ausgezeichneten Alumni- und Career-Arbeit für die Hochschule erkannt. Die Alumni sind Multiplikatoren bzw. „Botschafter“ für die Hochschule und können glaubwürdige Testimonials im Verwandten-, Freundes- und Bekanntenkreis für die Qualität und das Renommee der Hochschule sein. Begeisterte Studierende und Alumni transportieren den Ruf „ihrer“ Hochschule in die Wirtschaftswelt und können dort dazu beitragen, das Image bei den Unternehmen zu verbessern – ein wichtiger Faktor bei der späteren Akquise von z.B. Drittmittelprojekten, Kooperationen und der Betreuung von Haus- und Abschlussarbeiten. Alumni können darüber hinaus weitere Funktionen wahrnehmen, in dem sie Mentoren für Studierende sind oder als Lehrende für Fachvorträge an der FHK eingesetzt werden.

6.4.1 Zielorientierte Fokussierung

Das Konzept „Alumni-Management by FH Kufstein“ geht davon aus, dass der Weg zum Alumni schon bei der ersten Kontaktaufnahme vor dem Studium beginnt. Mit Einschreibung zum Studium wird aus dem Interessenten ein Studierender, mit dem Abschluss des Studiums wird aus dem Studierenden ein Alumni – ein Status, den er ein Leben lang behält. Tragende Säule zur Umsetzung ist hierbei ein sehr umfangreiches Dienstleistungskonzept, welches maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der Studierenden und Alumni eingeht.

6.4.2 Zielgruppen

Die unten angeführten Gruppen werden spezifisch von Alumni & Career Services betreut:

Bewerber	Studierende	Alumni
Unternehmen	Projektpartner	Studiengänge
Professoren	Mitarbeiter	Öffentlichkeit

6.4.3 Organisatorische Einheit

Durch die Zusammenführung und Bündelung von Alumni & Career Services als eigene organisatorische Einheit soll eine starke, dienstleistungsorientierte Einheit gebildet werden um zielgruppenspezifische Dienstleistungen klar erkennbar positionieren zu können. Durch die direkte Unterstützung der Geschäftsleitung soll eine erhöhte Umsetzungsrate erreicht werden und dem strategischen Stellenwert Rechnung getragen werden.

6.4.4 Kommunikationskonzept

Ein wesentlicher Baustein nimmt das interne und externe Kommunikationskonzept der Alumni & Career Services ein. Über einen ausgeprägten Marketing Mix sollen die vielen Angebote und Aktivitäten zielgruppenspezifisch aufgearbeitet und kommuniziert werden (vgl. Pkt. 5) Mit einem innovativen CRM-Konzept wird dem Gedanken des „lebenslangen Begleitens“ Rechnung getragen. Über die CRM Plattform werden alle Stakeholder integriert und sämtliche Kommunikationen gesteuert und mitverfolgt (z.B. Newsletter, Events, Weiterbildung, etc.).

6.5 Ausgewählte Aktivitäten der Alumni & Career Services

Detaillierte Information sind auf der Homepage ersichtlich.

- **Alumni & Career Homepage** mit individuell auf die Zielgruppen angepassten Seiten
- **Alumni-Folder**, der bei internen Veranstaltungen verteilt wird und den Absolventen mitgegeben wird.
- **Newsletter**, der ca. 5x pro Jahr per Mail an alle Alumni versendet wird
- **Jahrgangsbuch**, in dem alle Absolventen zehn Jahre nach ihrer Sponson mit Foto und der aktuellen Tätigkeit abgebildet sind.
- **watch*out**, eine FH-Publikation, die 2x im Jahr erscheint und in der unter der Rubrik „Spotlight“ Absolventen und Neuigkeiten der Alumni & Career Services vorgestellt werden.
- **Social Media** wie XING und teilweise auch Facebook werden regelmäßig mit aktuellen Informationen bespielt.
- Bei den Veranstaltungen steht das **Homecoming-Weekend** im Fokus; zu diesem feierlichen Anlass werden alle Ehemaligen eingeladen. Im Rahmen dieser Veranstaltung findet auch das **10-Jahres-Treffen** statt, bei dem für die „Jubilare“ ein spezielles Rahmenprogramm angeboten wird. Diese Veranstaltung wird jährlich von über 250 Teilnehmern besucht.
- Die Veranstaltung **Meet & Match** dient als direkte Drehscheibe zwischen Unternehmen und Studierenden/Absolventen. Diese Veranstaltung entwickelte sich mit über 40 Unternehmen zur größten Karrieremesse Westösterreichs.
- **Meet & Greet**, ein neues Veranstaltungsformat. Hier besuchen wir Alumni, die in namhaften bzw. interessanten Firmen arbeiten.
- Im Bereich Career Services werden bspw. **Karriereberatungen, Coachings sowie Karrieretrainings** für Studierende angeboten.
- Über die hauseigene Weiterbildungsplattform **Michelangelo** werden eine Vielzahl von Fachkursen jeweils im Sommer- und Wintersemester angeboten.
- Über **Adventure X** werden in Kooperation mit der Tiroler Standortagentur auch Businessplanwettbewerbe durchgeführt in dessen Rahmen die Studierenden von einer hausinternen Professorin vorbereitet und betreut werden.
- Jährlich absolvieren über 250 Studierende ihr Berufspraktikum. Über die hauseigene **Praktikumsbörse** werden die Studierenden bei der Auswahl unterstützt.
- Über eine Kooperation mit **karriere.at** konnte die interne Online-Jobbörse seit Ende Mai 2014 über 1.100 Stellenanzeigen mit bereits über 4.500 Zugriffen veröffentlichen.

6.6 Zusammenfassung und Evaluierung

Alumni & Career Services der FH KufsteinTirol wurde aus dem Hochschulentwicklungsplan 2020 entwickelt und untersteht direkt der Geschäftsführung. Durch die konsequente Umsetzung des Konzeptes „Alumni-Management by FH Kufstein“ mit den Maßnahmen und durch äußerst großes Engagement der Mitarbeiter

konnten bereits nach 1 ½ Jahren sehr viele Erfolge erzielt werden. Dies bestätigt den eingeschlagenen Weg und motiviert zu weiteren Aktivitäten.

- Besonders hervorzuheben ist, dass die Anzahl der Alumnimitglieder am Ende des Studiums wesentlich gesteigert werden konnten.
- Über durchgeführte Feedback-Runden und Meinungsumfragen konnten einerseits weitere Verbesserungspotentiale erhoben werden und andererseits eine große Steigerung der Zufriedenheit festgestellt werden.
- Als Highlights kristallisierten sich das „**Homecoming Weekend**“ mit über 250 Teilnehmern und „**Meet & Match**“, welche sich zur größten Karrieremesse Westösterreichs entwickeln konnte.
- Sehr gut angenommen wird die Online-Jobbörse mit über 4.700 Zugriffen. Besonders gutes Feedback wurde von den angebotenen Karriereberatungen im Rahmen von Meet & Match gegeben.
- Erfreulich ist auch, dass die Aktivitäten hochschulintern sehr gut aufgenommen wurden und bereits erste Synergien zwischen den Studiengängen und **Alumni & Career Services** genutzt werden. Bspw. wurden bereits gemeinsame Exkursionen durchgeführt oder auch Alumni in die Lehre eingebunden.

Übersicht Aktivitäten

Fact Sheet	2013/14	2014/15
Alumni	1.300 Mitglieder	1.720 Mitglieder
Homecoming Weekend	220 Gäste	260 Gäste
10-Jahrestreffen	Über 50 % Teilnahme	Über 60 % Teilnahme
Versand watch*out	1.560 Alumni	1.720 Alumni
Meet & Match	30/42 Aussteller	43 Aussteller
Social Media - XING	540 Mitglieder	652 Mitglieder
Online-Jobbörse	3.600 Zugriffe	Über 4.700 Zugriffe
Online-Jobpostings	900 Jobangebote	1.100 Jobangebote

Zusammenfassend haben uns die großen Erfolge dazu ermutigt die Einreichung am Alumnipreis 2015 vorzunehmen. Für die Zukunft ist geplant auch die Fundraising Aktivitäten zu verstärken und zu integrieren.

*Fachhochschule Kufstein Tirol Bildungs GmbH
Mag. (FH) Martina Mayer
Leitung Alumni & Career Services
Andreas-Hofer Str. 7
6330 Kufstein
martina.mayer@fh-kufstein.ac.at
www.fh-kufstein.ac.at*

7 Anerkennung für die Universität St. Gallen (HSG Alumni)

7.1 Ein einzigartiges Projekt ist realisiert – Zusammenfassung

Der Verein HSG Alumni betreibt Alumni Management und Career Services für die Mitglieder unter einem Dach. Die Career Services wurden im Rahmen eines Projekts in 2014 erfolgreich ausgerollt. Sie werden nun von zahlreichen Mitgliedern genutzt – die Feedbacks sind äußerst positiv. Die Services basieren auf drei Hauptpfeilern:

- umfangreiches Karriere-Beratungsangebot: über 200 Einzelberatungen in 2014
- umfassende Karriere- und Netzwerkplattform auf www.alumnijobs.ch
- vielseitiges Karriere-Eventangebot; z.B. Event-Reihe «Mein Ziel - ...»

Um eine lebenslange Betreuung der HSG'ler «vom Studium bis zum Ruhestand» zu gewährleisten, kooperiert HSG Alumni eng mit der Universität St. Gallen. Gemeinsam wurde eine Karriere- und Netzwerkplattform geschaffen. Sie wird täglich von mehreren Hundert Benutzern genutzt. Die Plattform und die Karriere-Dienstleistungen werden zu einem wesentlichen Teil von der Privatwirtschaft finanziert. Die Unternehmen werden vom Alumni Management und den Career Services akquiriert.

The image shows two screenshots of the Neue Zürcher Zeitung (NZZ) website. The top screenshot features an article titled «Mein Ziel – CFO» dated 26. Januar 2015, 09:03. The article includes a photo of Michel Demaré, VR-Präsident von Syngenta, and discusses CFOs and headhunters. The bottom screenshot features an article titled «Wie werde ich von einem Headhunter gefunden?» dated 10. Dezember 2014, 07:49. This article includes a photo of a hand holding a magnifying glass over a person icon and discusses headhunting challenges. Both screenshots show the NZZ navigation menu and a sidebar with advertisements for Qontis and Personal Finance.



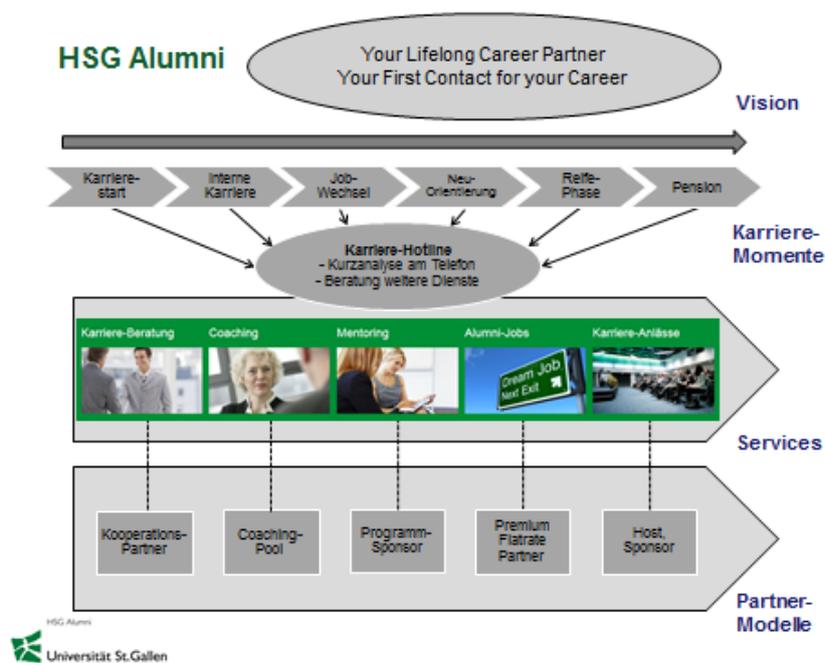
7.2 Beschreibung des Konzepts

HSG Alumni möchte die Ehemaligen vom Karriere-Start bis in die Pension durch alle Lebensphasen begleitet. Damit die Alumni einen schwellenlosen Zugang haben, steht eine Karriere-Hotline zur Verfügung. Diese behandelt und löst kleinere Anliegen am Telefon. Zusätzlich stehen die folgenden Beratungsprodukte zur Verfügung:

- Bewerbungs-Support: eine Sitzung zur Vorbereitung für Bewerbungsphase
- Karriere-Check: Standortbestimmung, Neuorientierung (drei Sitzungen)
- Newplacement: Begleitung bis zur neuen Stelle, Honorierung auf Erfolgsbasis

Andererseits bestehen mit dem Alumni Peer Mentoring und Coaching Programmen auch individuelle Angebote. Die Stellenplattform Alumni-Jobs, Target-Mailings mit Hinweisen auf attraktive Karrierechancen und ein vielfältiges Angebot von Seminaren und Anlässen runden das Beratungsangebot ab.

Die folgende Darstellung zeigt das Gesamtkonzept im Überblick:



7.3 Einbindung des Konzepts in strategische Zielsetzung von HSG Alumni

HSG Alumni verfolgt die strategischen Ziele **Friendraising**, **Brainraising** und **Fundraising**. Das Konzept der Career Services ist wie folgt in diese Ziele eingebunden:

- **Friendraising:** Die gegenseitige Vernetzung der Ehemaligen wird gefördert durch die vielen Events von HSG Alumni und auch durch spezifische Karriere-Anlässe.
- **Brainraising:** Die HSG Alumni Career Services bieten eigene Seminare an und verweisen auch auf Weiterbildungsangebote der HSG.
- **Fundraising:** Die Career Services unterstützen bereits heute das Mentoring-Programm der Universität St. Gallen mit einem Beitrag von CHF 60'000 p.a.

7.4 Zielorientierte Fokussierung «Alumni-Management in organisatorischer Einheit mit Career Service»

Die Fokussierung wird wie folgt gewährleistet:

- Marktfokus: eigener Web-Auftritt www.alumnijobs.ch
- Organisatorischer Fokus: verantwortliche Person bei HSG Alumni, die selber die Career Services anbietet und als Drehscheibe zwischen den Ehemaligen, der HSG und den Unternehmen fungiert
- Career Services als eigenes Profit Center
- Inhaltlicher Fokus: Seitens HSG Alumni und dem externen Beratungsteam sind spezialisierte HR-Profis im Einsatz, die nur für Career Services rekrutiert wurden.

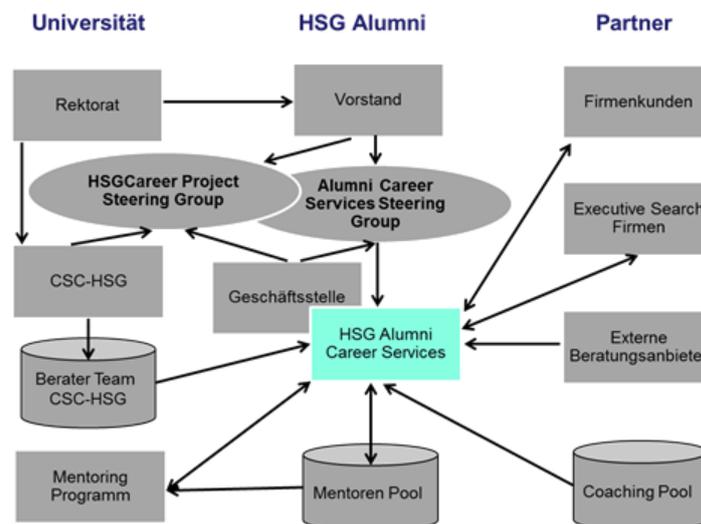
7.5 Organisationsstruktur und Infrastruktur

Die folgende Darstellung zeigt die für HSG Career Services relevanten organisatorischen Einheiten und Beziehungen. Wesentlich sind

- Gemeinsame/r Internetauftritt/Karriereplattform von HSG und HSG Alumni: Projekt wurde durch die «HSG Career Project Steering Group» beaufsichtigt
- Die HSG Alumni Career Services werden gemeinsam von der Universität, vom HSG Alumni Vorstand und vom Geschäftsführer HSG Alumni beaufsichtigt.

Vernetzung und Einbindung von HSG Alumni Career Services:

(CSC-HSG = Career Services Center für Studierende der Universität St. Gallen)



7.6 Benennung der Zielgruppe

Alle Ehemaligen der HSG (in allen Regionen, Branchen und Lebensabschnitten) werden von den Career Services adressiert und stellen die Zielgruppe dar. Die Studierenden werden bis zur Exmatrikulation vor der HSG in Karrierefragen beraten. An der Graduation ist HSG Alumni präsent, stellt die Aufnahme in den Verein sicher und ist ab diesem Zeitpunkt der erste Ansprechpartner für die weitere Karriere.

7.7 Umgesetzte Maßnahmen

Die Career Services basieren auf den folgenden Hauptmaßnahmen:

- Aufbau Career-Services Funktion innerhalb der Geschäftsstelle von HSG Alumni, Einstellung eines HSG Alumnus (Dr. oec. HSG) mit fundierten HR-Kenntnissen.
- Aufbau einer Karriere- und Netzwerk-Plattform als Gemeinschaftswerk von HSG Alumni und der Universität St. Gallen (siehe Screenshot unten)
- Gemeinsame Akquisition von Unternehmen für Karriereevents und Stelleninserate

Die Einstiegsseite für Alumni Career Services:

7.8 Auswirkungen der Maßnahmen

Nach einer kurzen Einführungszeit werden alle Angebote rege genutzt. Firmen schalten Stelleninserate, es sind permanent über 200 Stelleninserate online, davon ca. 50 auf Alumni-Jobs. Nebst den Usern der Stellenplattform haben schon über 500 Alumni von den Angeboten profitiert. Bei den Beratungsprodukten wird der Karriere-Check am meisten genutzt. Feedbacks werden eingeholt und sind ausschließlich positiv. Nach erfolgter Beratung konnten bereits einige Alumni ihre Wunschstelle antreten.

7.9 Interne und externe Kommunikation des Projekts

Das Projekt wurde über vielfältige Kanäle an die Alumni und Geschäftspartner kommuniziert. Beispiele sind Artikel im quartalsweise erscheinenden Mitgliedermagazin «alma», Beiträge im monatlichen Newsletter, Papier-Mailings, Vorstellungen an größeren Anlässen von HSG Alumni, etc. Artikel in der Presse (NZZ, Bilanz, etc.) ermöglichen es, eine große Reichweite zu erzielen.

*Universität St. Gallen
HSG Alumni
Ariel Hugentobler, Dr. oec. HSG
Leiter Career Services HSG Alumni
Abteilung: Career Services
+41 71 224-3029
ariel.hugentobler@unisg.ch
www.alumnijobs.ch*