



Aufbau von Identifikation als Kernbestandteil von Alumni-Management und erfolgreichem Fundraising

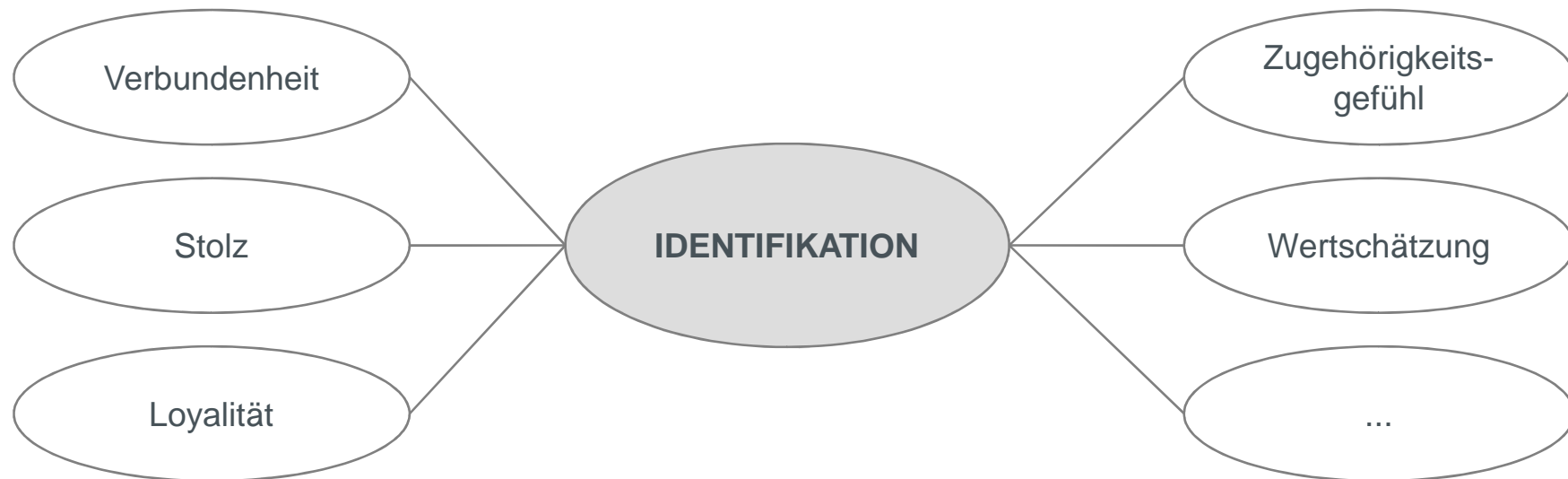
Vortrag von

Matthias Notz

Bonn, 26. Februar 2009



AUFBAU VON IDENTIFIKATION ALS GRUNDBEDINGUNG FÜR DIE LEBENSLANGE BINDUNG AN DIE HOCHSCHULE



Aufbau von Identifikation als Kernbestandteil von **Strategie und Umsetzung im Alumni-Management** sowie als Basis für **erfolgreiches Fundraising bei und über Alumni**



ZUM ENTREPRENEURSHIP CENTER DER LUDWIG-MAXIMILIANS- UNIVERSITÄT MÜNCHEN UND ZU MEINER PERSON

TEACHING

Wir bilden die unternehmerischen Führungskräfte der Zukunft aus

LAB

Wir unterstützen aktiv die Gründung erfolgreicher Unternehmungen

COMMUNITY

Wir fördern eine Kultur des unternehmerischen Denkens und Handelns



**Empowering
Entrepreneurs!**



Matthias Notz

- Head of Development (Fundraising und Sponsoring) am LMU Entrepreneurship Center in Kooperation mit der actori GmbH
- Geschäftsführung und Vorstand in drei Alumni-Organisationen (staatliche und private Einrichtungen)
- Hintergrund: Betriebswirtschaftslehre an der LMU München





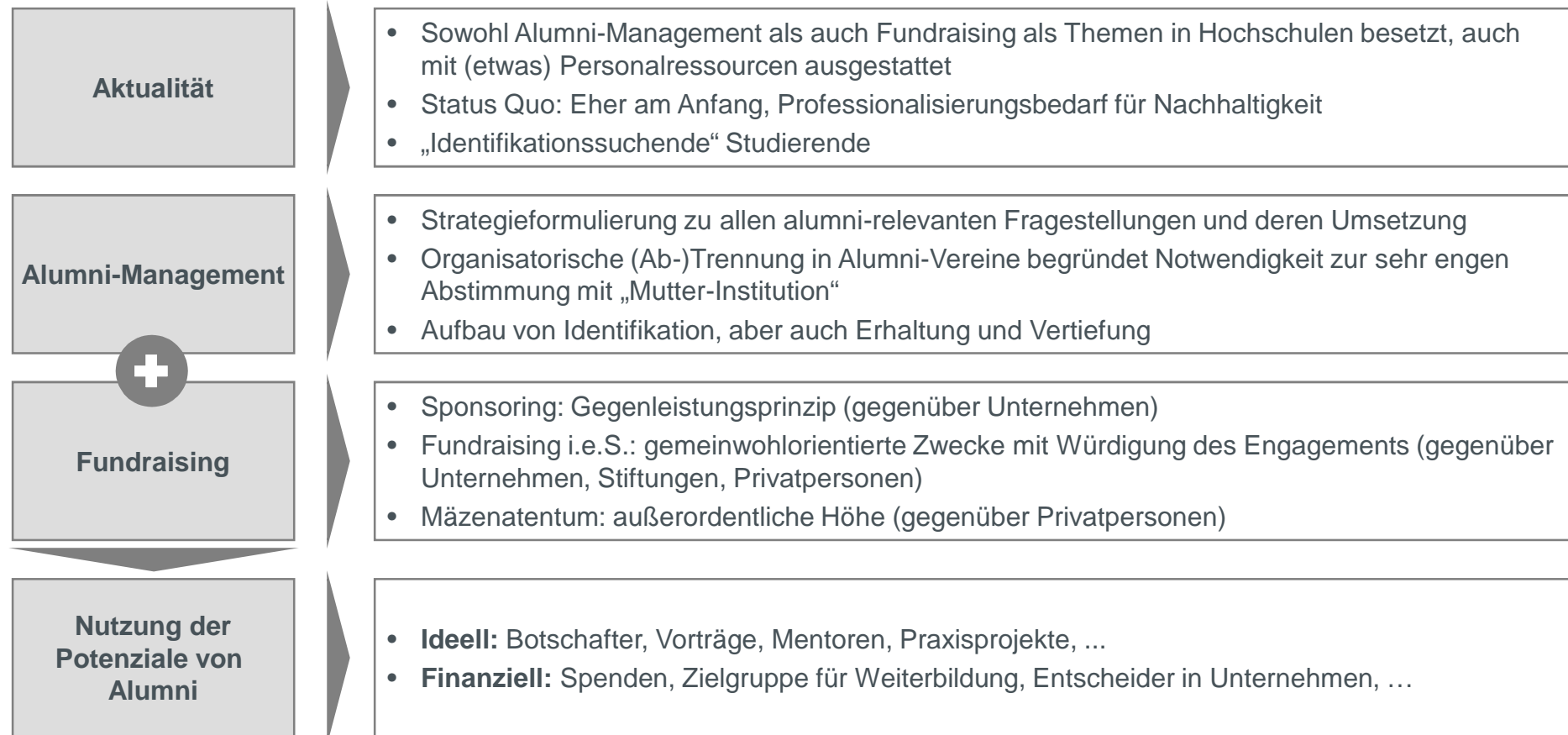
A. Verknüpfung von Alumni-Management und Fundraising

B. Aufbau von Identifikation

C. Perspektiven für Hochschulen



ALUMNI-MANAGEMENT UND FUNDRAISING ALS AKTUELLE THEMEN AN UND INNERHALB VON HOCHSCHULEN



ZAHLREICHE ANSATZPUNKTE SPRECHEN FÜR EINE SYSTEMATISCHE VERBINDUNG VON ALUMNI-MANAGEMENT UND FUNDRAISING

Schaffung von Identifikation und lebenslange Bindung gegenüber der Hochschule als Fundraisingbasis

Alumni als eigene Zielgruppe im Rahmen einer Fundraisingkampagne

Glaubwürdige Top-Alumni als Botschafter in einer positiven Außendarstellung der Hochschule

Wahrnehmbare Positionierung von Unternehmen im Alumni-Netzwerk

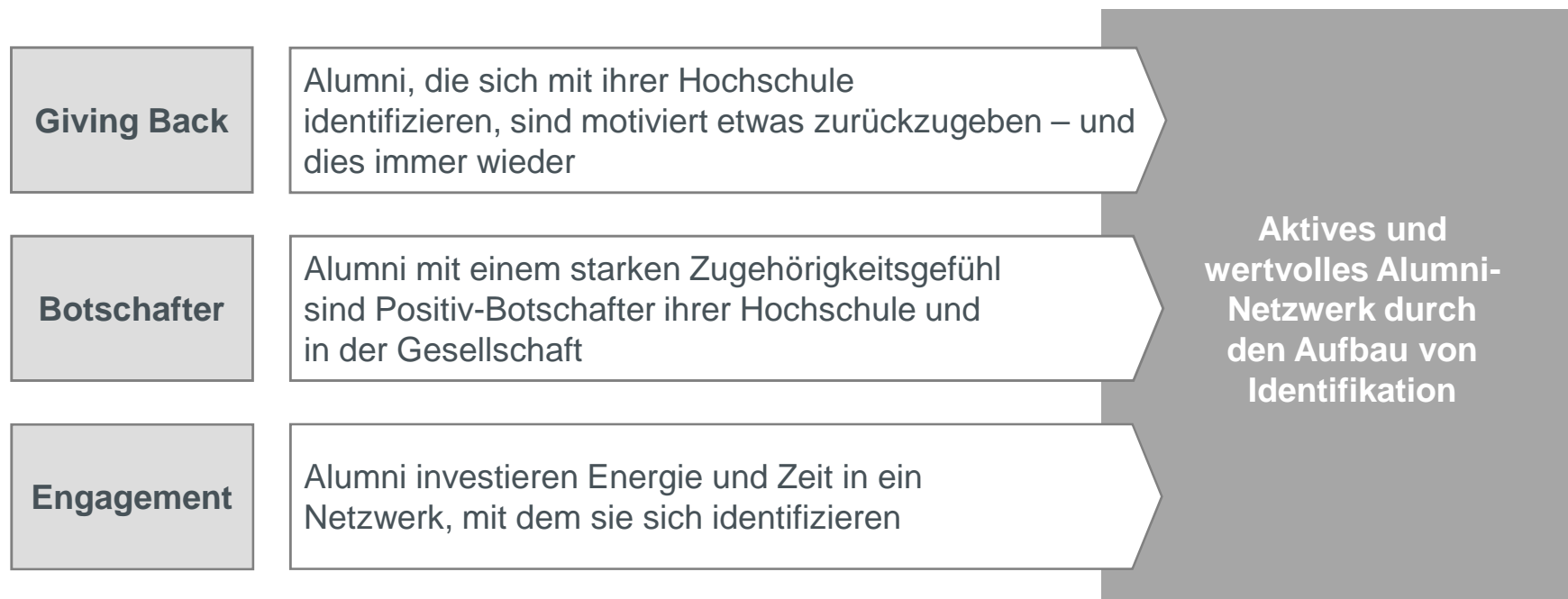
Organisatorische Übernahme ausgewählter Sponsoring- und Fundraisingaufgaben durch Alumni-Vereine oder -Gesellschaften

Nutzung von Online-Community-Plattformen als technische Basis

**Systematische
Verknüpfung von
Alumni-Management
mit Fundraising**



EINE STARKE IDENTIFIKATION MIT DER HOCHSCHULE FÜHRT ZU EINEM AKTIVEN ALUMNI-NETZWERK





LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



LMU
ENTREPRENEURSHIP
CENTER



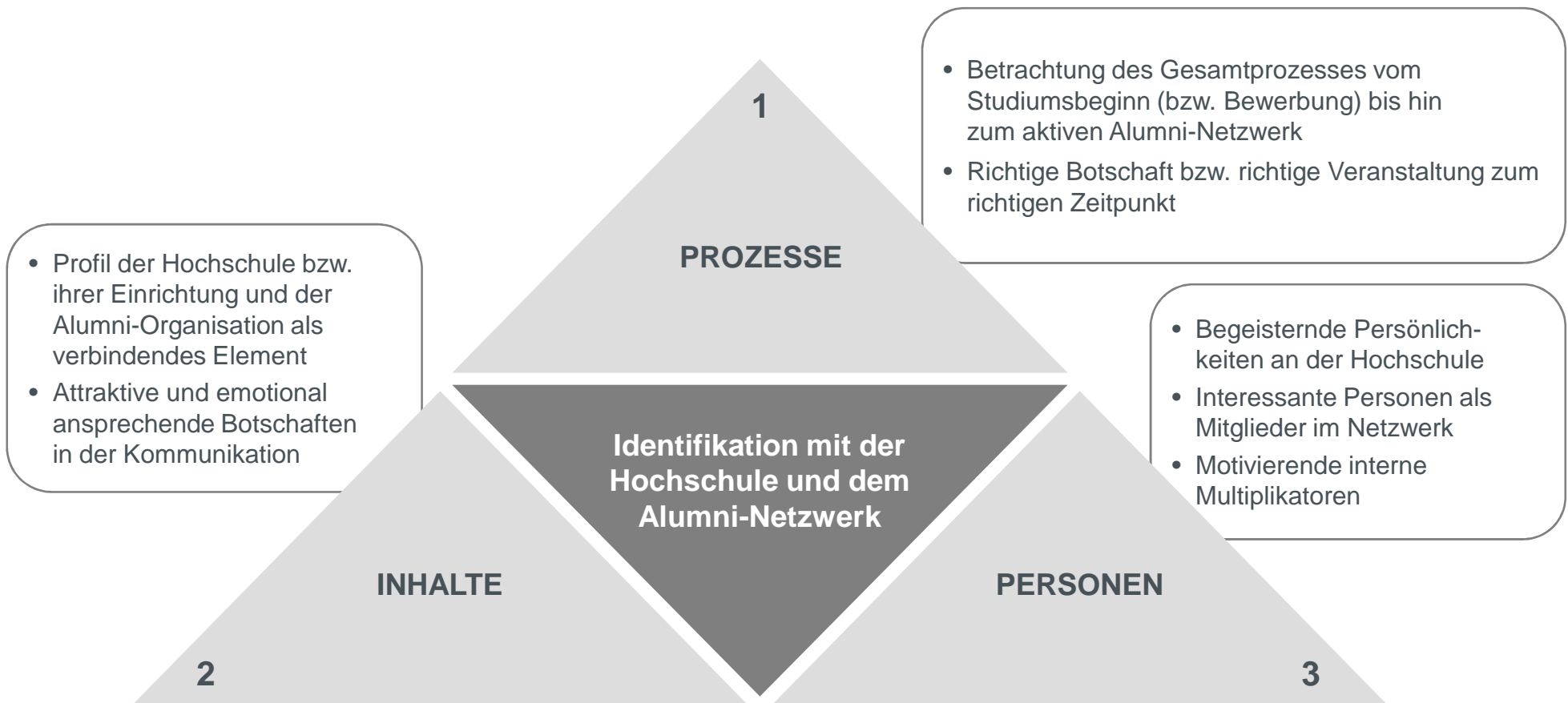
A. Verknüpfung von Alumni-Management und Fundraising

B. Aufbau von Identifikation

C. Perspektiven für Hochschulen



DER AUFBAU VON IDENTIFIKATION BASIERT AUF PROFESSIONELLEN PROZESSEN, ATTRAKTIVEN INHALTEN UND MOTIVIERENDEN PERSONEN



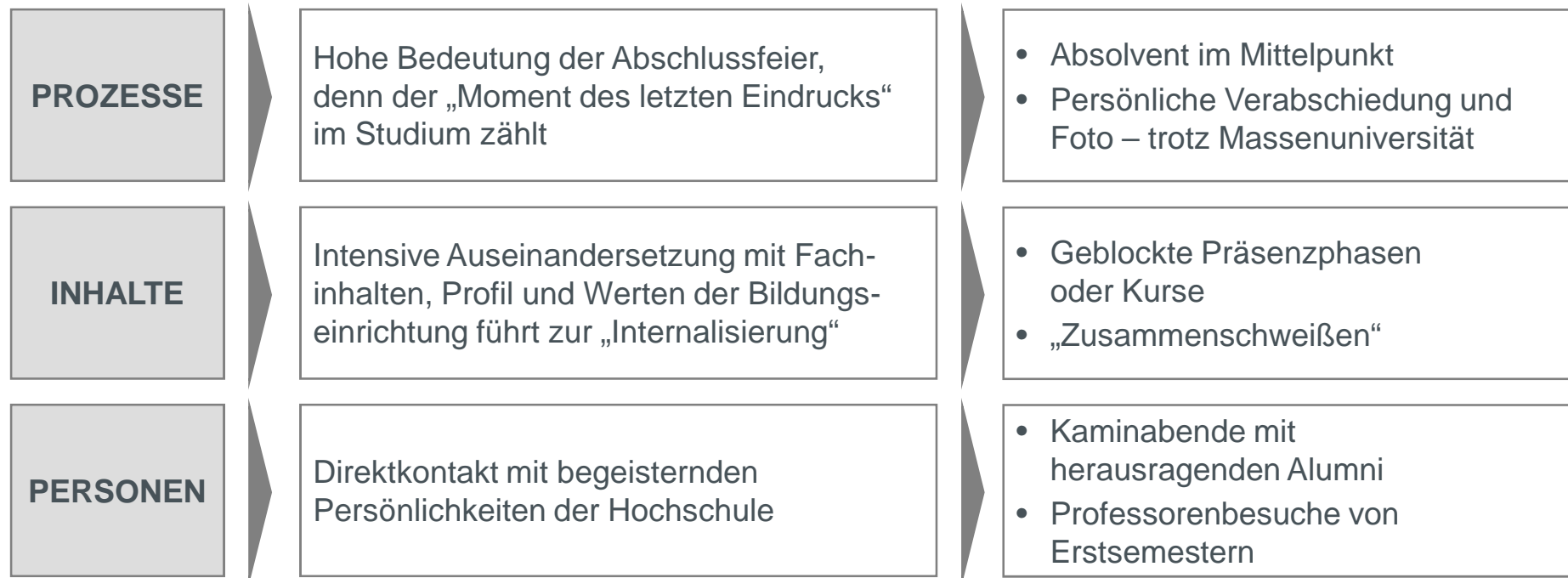
STUDIERENDE MÜSSEN SERVICE-ELEMENTE ALS DURCHDACHTEN GESAMTPROZESS WAHRNEHMEN

SERVICE-ELEMENTE	BEISPIELE
<ul style="list-style-type: none"> Begrüßung und Einführung der Studierenden in das Studium 	<p>Orientierungsphase mit Erstsemesterfest, „Welcome-Package“</p>
<ul style="list-style-type: none"> „Prüfungsamt“ als Dienstleister für die Studierenden 	<p>Student Office (Hotline und Mailservice von Mo bis Fr 8:00 bis 21:45 Uhr)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Hochschultranet als zentrale Kommunikationsplattform, Schaffung einer lebenslangen Emailadresse 	<p>Im Zielzustand verknüpft mit Alumni-Intranet (automatische Überführung)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Professionelle Beratungsstelle für Auslandsaufenthalte 	<p>International Relations Center</p>
<ul style="list-style-type: none"> Career Service 	<p>Career Counselling Center, Firmenkontaktgespräch der Fachschaft</p>
<ul style="list-style-type: none"> Förderung herausragender Studierender 	<p>TOP-BWL, Deans-List</p>
<ul style="list-style-type: none"> Veranstaltungen der Alumni-Organisation 	<p>LMU Management Alumni, z.B. mit Veranstaltungen über Bachelorstudiengang</p>

Plus die jeweils richtige Botschaft



BEISPIELHAFTHE ELEMENTE ZUM AUFBAU VON IDENTIFIKATION MIT DER HOCHSCHULE UND DEM ALUMNI-NETZWERK





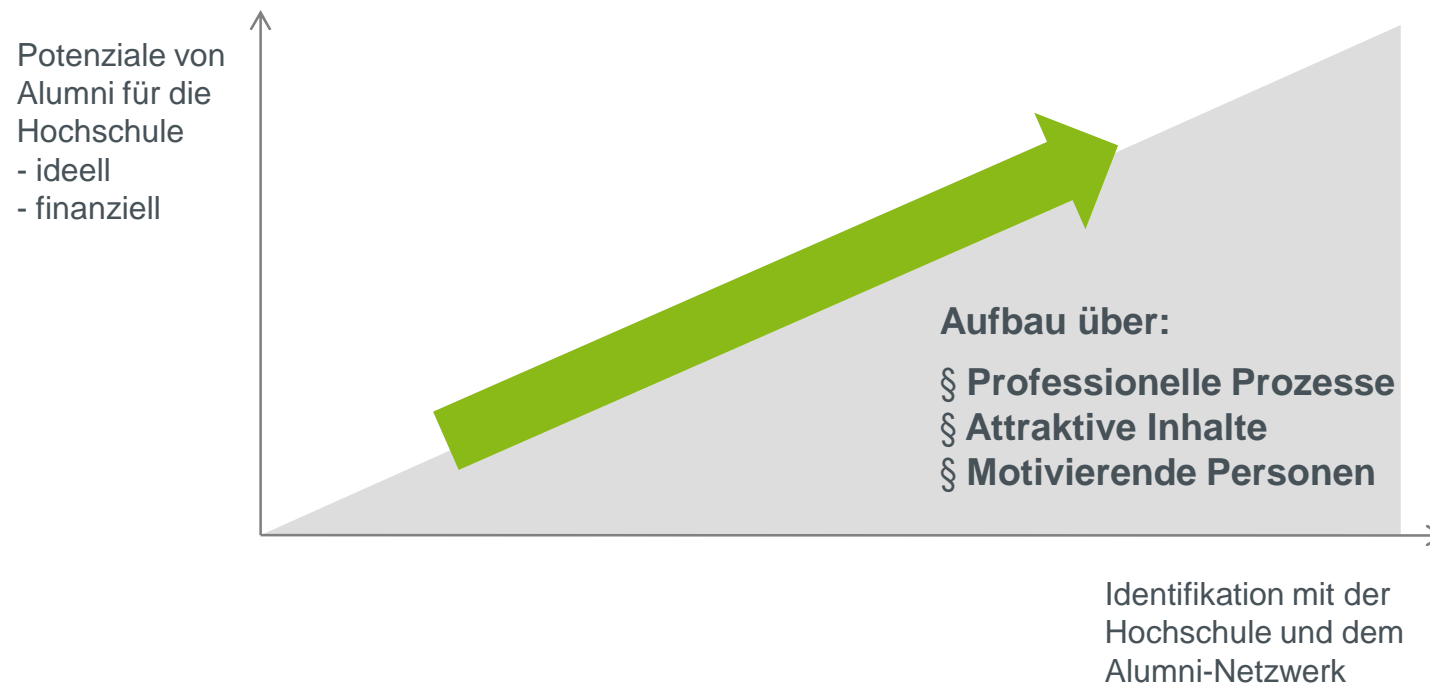
A. Verknüpfung von Alumni-Management und Fundraising

B. Aufbau von Identifikation

C. Perspektiven für Hochschulen



DIE SCHAFFUNG VON IDENTIFIKATION GENERIERT POTENZIALE FÜR ALUMNI-MANAGEMENT UND FUNDRAISING



ZUM SCHLUSS: DREI PERSPEKTIVEN FÜR HOCHSCHULEN

Tendenz zur Professionalisierung

- Für nachhaltige Erfolge im Alumni-Management und Fundraising ist ein professionelles Vorgehen erforderlich
- Aufbau interner und Nutzung externer Kompetenz
- Lernen an Best-Practices, aber nicht nur im Ausland

Optimales Zusammenspiel der „Ebenen“

- Zweckmäßige Aufgabenteilung zwischen Hochschulebene, Fakultätsebene, und ggf. Instituts- bzw. Studiengangebene
- Identifikationsaufbau aber immer mit Bezug zur Marke der Hochschule

Integration in das Hochschulmanagement

- Alumni-Management und Fundraising als Teil des Hochschulmanagements begreifen
- Ermöglichung einer abgestimmten Kommunikationspolitik, damit aufgebaute Identifikation erhalten und vertieft werden kann





LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



LMU
ENTREPRENEURSHIP
CENTER



KONTAKT



Matthias Notz

Head of Development

LMU Entrepreneurship Center
Ludwig-Maximilians-Universität München
Geschwister-Scholl-Platz 1
80539 München

Büro:
Giselastraße 10, Zimmer 207

Tel.: +49-(0)89-2180 9768

Fax: +49-(0)89-2180 3809

Mobil: +49-(0)176-12867472

Email: notz@lmu.de

Internet: www.entrepreneurship-center.lmu.de

Portal: www.entrepreneurship.info

