

Alumni-Management aufbauen

Die Alumni stellen eine der wichtigsten Zielgruppen im zentralen Hochschulmarketing dar. Sie sind es, die als Multiplikatoren die beste Lobby für ihre ehemalige Hochschule in allen gesellschaftlichen Bereichen repräsentieren. Ziel muss es also sein, sie richtig und mit den geeigneten Instrumenten anzusprechen.

von RUDOLF-WERNER DREIER

Mehr als 25 000 Studierende sind derzeit an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg eingeschrieben. Damit der wissenschaftliche und persönliche Kontakt auch nach dem Studium zwischen ehemaligen Studierenden und ihrer alten Uni bestehen bleibt, hat die Albert-Ludwigs-Universität 1996 als wohl erste Universität in Deutschland ein zentrales Alumni-Management aufgebaut und den Verein Alumni Freiburg gegründet.

Heute sind mehr als 120 000 Alumni in der Datenbank des Alumni-Büros erfasst. Sie werden über ein Kommunikationsnetz und Veranstaltungsformate national und international angesprochen und an die Universität gebunden. Daneben unterstützt ein Förderverein mit 2000 Mitgliedern die Hochschule bei ihren Förderprojekten.

Die Zielgruppe

Wir von der Hochschule haben uns zunächst gefragt, wer überhaupt unsere Alumni sind. Es ist ratsam, diese Zielgruppe nicht auf die Absolventen zu beschränken, da man sonst ein wichtiges Potenzial an möglichen Unterstützern ausschließen würde. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Freiburger Alumni-Büros sind Ansprechpartner für ehemalige Studierende aller Fakultäten, aller Nationalitäten und aller Generationen, die ein Semester in Freiburg studiert haben. Auch Professoren, Emeriti und Mitarbeiter der Universität zählen zum Kreis der Alumni. Die Bezeichnung ist vom lateinischen „Alumnus“, der Zögling, abgeleitet. Wir haben damals diesen Namen für eine deutsche Organisation gewählt, da der Begriff bereits in den angelsächsischen Ländern bekannt war.

Das Ziel

Wer eine Alumni-Organisation gründet, sollte sich zunächst eine klare Zielbestimmung vornehmen. Grundsätzliches Ziel von Alumni Freiburg ist, mit den rund 250 000 ehemaligen Studierenden der Universität ein weltweites Alumni-Beziehungsnetzwerk aufzubauen.

Der Nutzwert des Netzwerks

Was können die Alumni und Alumnae für ihre Hochschule tun? Sie sind, wenn sie bereits während ihres Studiums durch eine sehr gute Lehre und ein unvergessliches Studienleben an ihrem Studienort gebunden werden, zunächst einmal als Multiplikatoren die beste Lobby für die Hochschule in allen gesellschaftlichen Bereichen. Wenn die Alumni von ihrer Universität überzeugt sind und diese Überzeugung nach außen tragen, sind sie die idealen Botschafter für die Hochschule und wesentlich glaubwürdiger und effektiver als jede Hochglanzbroschüre. Wo können Alumni noch helfen? Die Bandbreite von geldwerten und finanziellen Leistungen ist groß: Sie reicht vom Recruitment, dem Vermitteln von Praktika und Jobs, dem Mentoring über das Vermitteln von Kontakten beim Einwerben von Sponsoring bis hin zum Fundraising von finanziellen Mitteln.

Es kann nicht darum gehen, große Summen einwerben zu wollen wie in den USA

Der größte Fehler wäre, sich die amerikanischen Alumni-Organisationen zum Vorbild zu nehmen und sich das Einwerben großer Summen als primäre Zielsetzung zu nehmen. Die Spenderkultur in Deutschland unterscheidet sich vollkommen von der amerikanischen, auch wenn wir hier in Deutschland auf einem guten Weg sind und in Freiburg schon zahlreiche Fundraisingprojekte verwirklichen konnten.

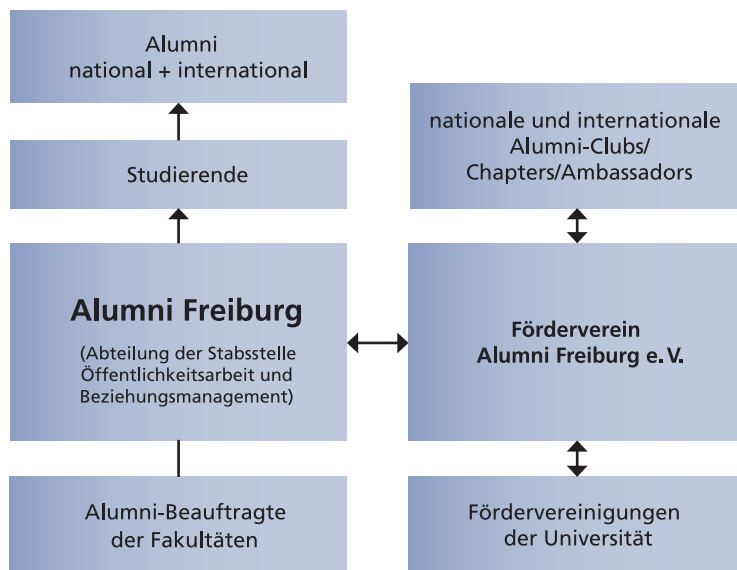
Bindungen schaffen

Wer eine Alumni-Organisation aufbaut, braucht zunächst einen langen Atem und muss erst einige Jahre in das „Friending“ investieren, da wir in Deutschland bislang kaum eine

Literatur

- Rohlmann, A. (2011). Professionelles Alumni-Management im deutschen Hochschulsektor. Status Quo, Einflussfaktoren und Perspektiven. Verlag Dr. Kovac, 326 S., 85 Euro
- Habermann, D.; Notz, M. (erscheint 2017): Professionelles Alumni-Management. Konzepte und Best-Practice-Beispiele für eine erfolgreiche Umsetzung. Springer Verlag.

Alumni-Management der Universität Freiburg



Um die Alumni-Arbeit an der Universität Freiburg kümmert sich die Stabsstelle für Öffentlichkeitsarbeit, sie muss sich mit vielen Bereichen abstimmen.

nennenswerte Bindungskultur zu und mit unseren Alumni entwickelt haben.

Auch in Freiburg mussten solche Bindungsinstrumente erst entwickelt werden. Es gibt mittlerweile eine Kultur des Willkommenheißen und des Verabschiedens mit dem zentralen Erstsemestertag für Neulinge und Eltern im Fußballstadion und Absolventenfeiern in allen Fakultäten. Alumni Freiburg unterstützt diese Feiern, beispielsweise durch Alumni-Preise, und begleitet sie mit Infoständen des Alumni-Büros und ehrenamtlicher Alumni. An diesen Ständen können sich die Absolventinnen und Absolventen im Talar fotografieren lassen und erhalten dieses Foto, wenn sie ihre aktuelle E-Mail-Adresse geben, per E-Mail zugeschickt. Selbstverständlich werden alle Absolventen durch den Rektor eingeladen, sich als Alumni registrieren zu lassen und dem Förderverein (in den ersten fünf Jahren nach dem Studium kostenfrei) beizutreten.

Wichtig ist die Bindung der Alumni bereits während des Studiums. So informieren wir die Studentinnen und Studenten bereits beim Erstsemestertag und unser Rektor erwähnt sie in seiner Begrüßungsrede. Alumni Freiburg beteiligt sich zudem an Veranstaltungen des Internationalen Clubs, der Länderabende für alle Studierenden veranstaltet. Und wir unterstützen mit den eingeworbenen freien, also nicht einem Fundraisingprojekt zugeordneten Alumnispenden die Studierenden während ihres Studiums: durch Finanzierung von Exkursionen, Reisebeihilfen zu Tagungen, durch Bücherspenden, sozialer Hilfe für alleinerziehende Studierende, Geldern für die studentische Kita, für Debattierclubs, Chöre und Orchester, Deutschlandstipendien oder Alumni-Preisen bei den Abschlussfeiern. Ein Alumni-Beauftragter in

jeder Fakultät begutachtet und bewertet die Anträge von Studierenden.

Dankbarkeit erreichen

Diese Spenden und unsere verschiedenen Eventformate haben bereits eine entscheidende Frage bei der Organisation einer Alumni-Vereinigung beantwortet, die sich jede Hochschule zunächst stellen muss: Wofür sollen unsere Alumni uns dankbar sein? Nur durch eine frühe Bindung und eine attraktive und produktive Studienzeit kann man später erwarten, dass die Alumni dankbar sind und dies auch zeigen. „Ich habe die schönste Zeit meines Lebens in Freiburg verbracht“, hören wir immer wieder von unseren Studierenden. „Und nun wollen wir dafür etwas zurückgeben.“

Man muss folglich eine stringente Bindungs-, aber auch Dankessystematik entwickeln, um erfolgreiche Alumniarbeit zu leisten.

Alumni für Projekte gewinnen

Ein Resultat einer großen aktuellen Alumni-Umfrage ist, dass insbesondere solche Projekte, die den jetzigen Studierenden zugutekommen, bei den Alumni auf Resonanz stoßen. So konnten wir in Freiburg den Bau eines Kulturzentrums in einem historischen Kellergewölbe, die Ausstattung einer Kita, den Bau eines Lehrpavillons neben dem Uni-Haus auf dem naheliegenden Schauinsland, die Betreuung von studentischen Flüchtlingen, den Ausbau des Service Center Studiums und den Bau einer Doktorandenlounge über verschiedene Spendenaktionen finanzieren¹.

¹ Liste der durch Alumni geförderten Projekte an der Universität Freiburg: www.alumni-foerdern.uni-freiburg.de/projekte.html

! Handlungstipp

Bindung von Anfang an: Schon zu Studienbeginn sollten die Erstsemester erfahren, dass es Alumni gibt, dass sie wichtig und erwähnenswert sind und dass sie die Studierenden mit ihrer Mitgliedschaft unterstützen. So werden die künftigen potenziellen Alumni mit den positiven Seiten, die Alumni bieten, vertraut gemacht.

Kontakte zu Alumni halten

Durch flächendeckende Kommunikationsmittel halten wir Kontakt zu den Alumni: Internet-Alumni-Portal, weltweit verschickte Newsletter, Alumni-Blog, Alumni-Magazin und natürlich Social Media. Hier bestehen national über Xing und international über LinkedIn gute Kontaktmöglichkeiten zu einer großen Alumni-Gruppe. Hinzu kommen Facebook, Twitter, ergänzt durch die Instagram- und YouTube-Kanäle der Universität.

Desweiteren ist das Netzwerk an Ehrenamtlichen, die wir in drei Kategorien teilen, bedeutend für den Kontakt: Botschafter, Chapter/Stammtische und Alumni-Clubs werden organisiert. Die nationalen Alumni-Clubs und internationalen Länderclubs bieten eine Vielzahl von Veranstaltungen, die wir vom Alumni-Büro aus unterstützen. In zweijährigem Turnus la-

Den Alumni einen Service bieten, damit sie einen Mehrwert erkennen

den wir alle Alumni weltweit zu einem Internationalen Alumni-Meeting nach Freiburg ein. An diesem Alumni-Wochenende finden Veranstaltungen in allen Fakultäten statt; dazu kommen zentrale Veranstaltungen wie Führungen oder Konzerte.

Auch hier ist eine einfache Frage hilfreich: Warum soll ein Alumnus oder eine Alumna an die Heimathochschule zurückkehren wollen? In einer Umfrage haben wir die Wünsche für das Programm dieses Wochenendes recherchiert.

Service für Alumni

Wichtig sind die Serviceangebote für die Alumni: Sie können und sollen unsere Weiterbildungsangebote nutzen, die von einem Kurs bis zum Masterzertifikat reichen. Sie können unter anderem als Alumni auf dem Uni-Haus im Schwarzwald ihre Ferien verbringen. Sie können unsere Sprachkursangebote sowie den Uni-Shop nutzen. Und wir vermitteln über unseren Suchdienst den Kontakt zu ehemaligen Kommilitonen und Kommilitoninnen. Der Kreativität ist bei der Entwicklung von solchen, für die Hochschule oft mit keinen Kosten verbundenen Serviceangeboten keine Grenze gesetzt.

Jedoch: Der Aufwand, den das Alumni-Büro für die Adressenpflege und Kontaktarbeit zu den Alumni weltweit leistet, ist nicht zu unterschätzen. Ein wesentlicher Punkt, der die

Alumni-Betreuung oft sehr erschwert, ist der Datenschutz in Deutschland. Hier ist es ratsam, gemeinsam mit dem Datenschutzbeauftragten der Hochschule ein Konzept zu entwickeln und unter Umständen auch den Landesdatenschutzbeauftragten einzubeziehen.

Datenbank etablieren

Eine gute CRM-Datenbank ist elementar; wir haben selbst eine solche Datenbank, basierend auf einem Fundraisingtool, entwickelt. Inzwischen gibt es zahlreiche Produkte auf dem Markt. Für die ersten Schritte ist sicher ein auf einer Adressendatenbank aufbauendes System hinreichend. Wichtig ist, dass das System erlaubt, alle Kontaktdaten zu erfassen und die Kontakthistorie auch festzuhalten, damit beispielsweise eine Doppelansprache oder -belieferung mit Kommunikationsmitteln ausgeschlossen wird und auch ein effektives Fundraising aufgebaut werden kann. Je nach Organisationsform kann an dieses System noch eine Vereinsverwaltung und ein gutes Eventmanagement angegliedert werden.

Um die Adressen der Alumni zu erhalten, befragen wir dazu bereits die Studierenden bei der Einschreibung. Und nach dem Studium? Der Datenschutz erlaubt es nicht, eine lebenslange E-Mail-Adresse aus den überlassenen Studienadressen einzurichten, da Alumni nicht als Mitglieder der Universität gelten. Wir sprechen daher die Absolventinnen und Absolventen bei der Abschlussfeier über unsere Fotoaktion an und erhalten dadurch in vielen Fällen ihre aktuelle private E-Mail-Adresse.

Die Spitze wirkt anziehend

Nur wenn das Leitungsgremium einer Hochschule sich die Alumni-Idee zu eigen macht und sie persönlich mit viel Zeit und Engagement unterstützt, wird die Alumniarbeit erfolgreich sein. Der Freiburger Rektor reist zu Alumni-Clubveranstaltungen in Deutschland und international. Das zieht an: Wenn der Rektor teilnimmt, kommen beispielsweise unsere japanischen oder koreanischen Alumni aus dem ganzen Land zu dieser Veranstaltung.

Kooperation mit anderen Vereinen

Jede Hochschule, die eine Alumni-Organisation aufbauen möchte, muss zunächst die Zusammenarbeit mit bestehenden Fördereinrichtungen oder -vereinen klären und diese einbinden. Wir haben den Förderverein Alumni Freiburg e. V. inzwischen als Dachorganisation ausgebaut und den anderen, oft schon lange Zeit vorher bestehenden Fördervereinen einen Sitz im Vorstand eingeräumt. Wir veranstalten gemeinsame Events, wie beispielsweise die Neujahrsrede des Rektors, und haben mittlerweile auch die Möglichkeit von Doppelmitgliedschaften gemeinsam entwickelt.

Fazit

Beim Aufbau einer Alumni-Organisation sollte zunächst in Fundraising, Service und Bindungsinstrumente investiert werden, ehe man Alumni um ihre Unterstützung bittet. Man braucht einen langen Atem, aber es lohnt sich.



Foto: Sandra Meyndt

Rudolf-Werner Dreier

leitet die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Beziehungsmanagement mit den Abteilungen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Alumni und Beziehungs- und Eventmanagement der Universität Freiburg. Außerdem ist er Geschäftsführender Vorstand des Vereins Alumni Freiburg.

Internet

www.alumni.uni-freiburg.de