



Professionelles Alumni-Management – Potenziale, Erfolgsfaktoren, Herausforderungen

Beitrag von

Matthias Notz

Hannover, 3. Dezember 2009





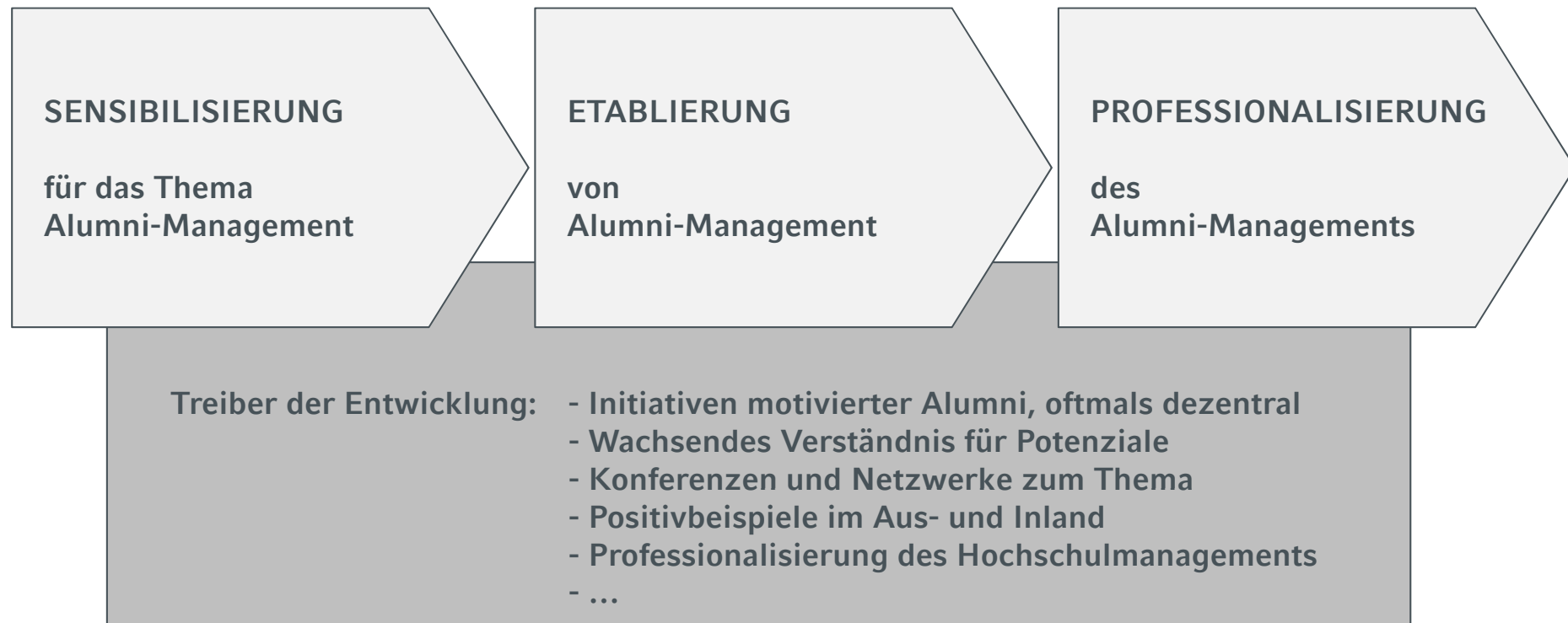
A. Ausgangslage und Potenziale von Alumni-Management

B. Erfolgsfaktor „Aufbau von Identifikation“ – warum und wie?

C. Herausforderungen für professionelles Alumni-Management



IN DER ENTWICKLUNG DES ALUMNI-MANAGEMENTS AN DEUTSCHSPRACHIGEN HOCHSCHULEN SIND DREI PHASEN AUSZUMACHEN



ALUMNI-MANAGEMENT ALS AKTUELLES THEMA AN UND INNERHALB VON HOCHSCHULEN – INHALTLICHE BEGRÜNDUNG ABER ERFORDERLICH

<p>Aktualität</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alumni-Management als Thema in zahlreichen Hochschulen besetzt, auch mit (etwas) Personalressourcen ausgestattet • Status Quo: Eher am Anfang, Professionalisierungsbedarf für Zielerreichung und Nachhaltigkeit – und insbesondere: „Identifikationssuchende“ Studierende
<p>Begriffsverständnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verständnis von Alumni-Management: Strategieformulierung zu den wesentlichen alumni-relevanten Fragestellungen und deren Umsetzung • Ein entscheidender Erfolgsfaktor: Aufbau von Identifikation • Darauf aufbauend: Erhaltung und Vertiefung von Identifikation
<p>Verhältnis zu Alumni-Vereinen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hochschule und ihre Fakultäten als gedanklicher Ausgangspunkt und -ort • Daher: Alumni-Management, nicht Alumni-Vereinsmanagement • Organisatorische (Ab-)Trennung in Alumni-Vereine begründet Notwendigkeit zu sehr enger Abstimmung mit „Mutter-Institution“
<p>Potenziale als Begründung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alumni-Management bedarf einer inhaltlichen Begründung • Frage des Ressourceneinsatzes auf Leitungs- und Mitarbeitererebene (hochschulweit/fakultätsweit) • Aus Sicht der Hochschule/Fakultät: Ideelle und finanzielle Potenziale



IDEELLE WIE FINANZIELLE POTENZIALE AUS DEM ALUMNI-NETZWERK SIND FÜR DIE HOCHSCHULE BZW. DIE FAKULTÄTEN ERSCHLIEßBAR

Ideelle Potenziale



Finanzielle Potenziale

- In der Lehre: (Praxis-)Vorträge, Firmenbesuche, ...
- In der Forschung: Ansprechpartner für Studien, gemeinsame (Praxis-)Projekte, ...
- Für Studierende: Mentor, Career Service, ...
- In der Hochschulkommunikation: glaubwürdiger Positiv-Botschafter, ...
- Für die Hochschulentwicklung: Qualitätssicherung, ...
- ...

- Regelmäßige Mitgliedsbeiträge
- Spender für Hochschulprojekte
- Stipendienggeber („Alumni-Stipendium“)
- Entscheider in Unternehmen über Budgets (Drittmittel, Sponsoring, Fundraising)
- Auftraggeber für Projekte
- Zielgruppe für Weiterbildungsangebote der Hochschule
- ...

Potenzialsichtweise als Ausgangspunkt und Begründung für das Alumni-Management an und in Hochschulen





LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



LMU
ENTREPRENEURSHIP
CENTER



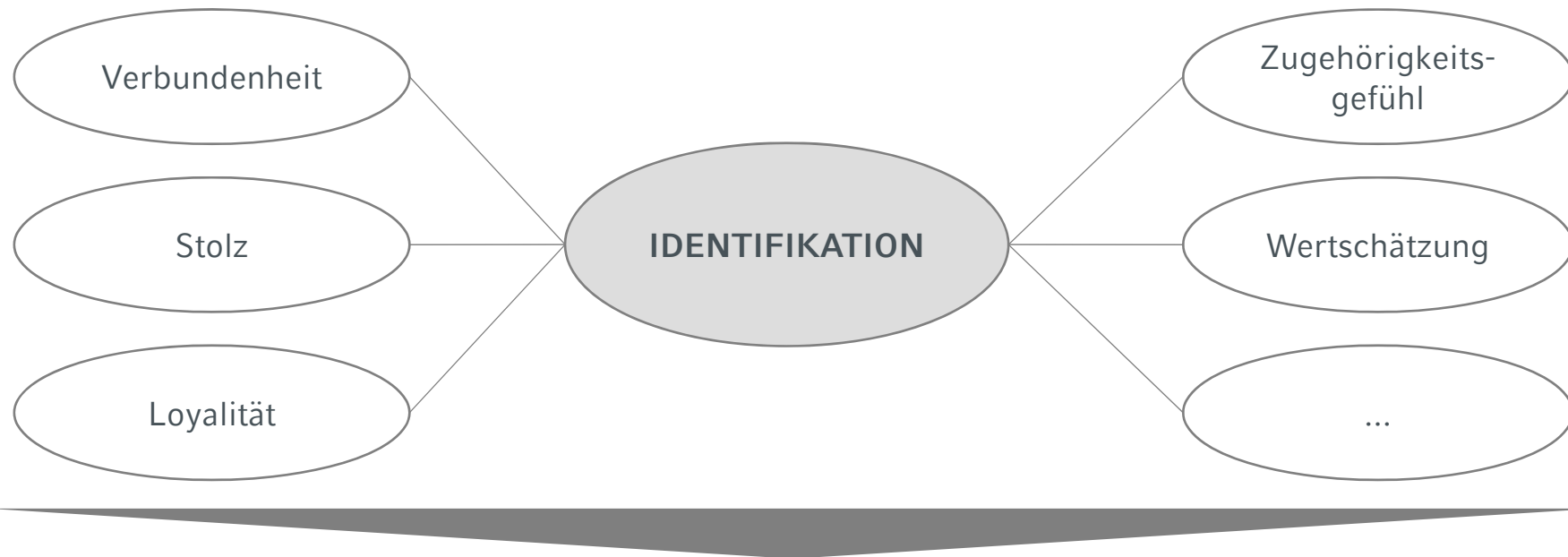
A. Ausgangslage und Potenziale von Alumni-Management

B. Erfolgsfaktor „Aufbau von Identifikation“ – warum und wie?

C. Herausforderungen für professionelles Alumni-Management



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



Aufbau von Identifikation als Kernbestandteil von **Strategie und Umsetzung im Alumni-Management** und damit Basis für **Nutzung der Potenziale aus dem Alumni-Netzwerk**

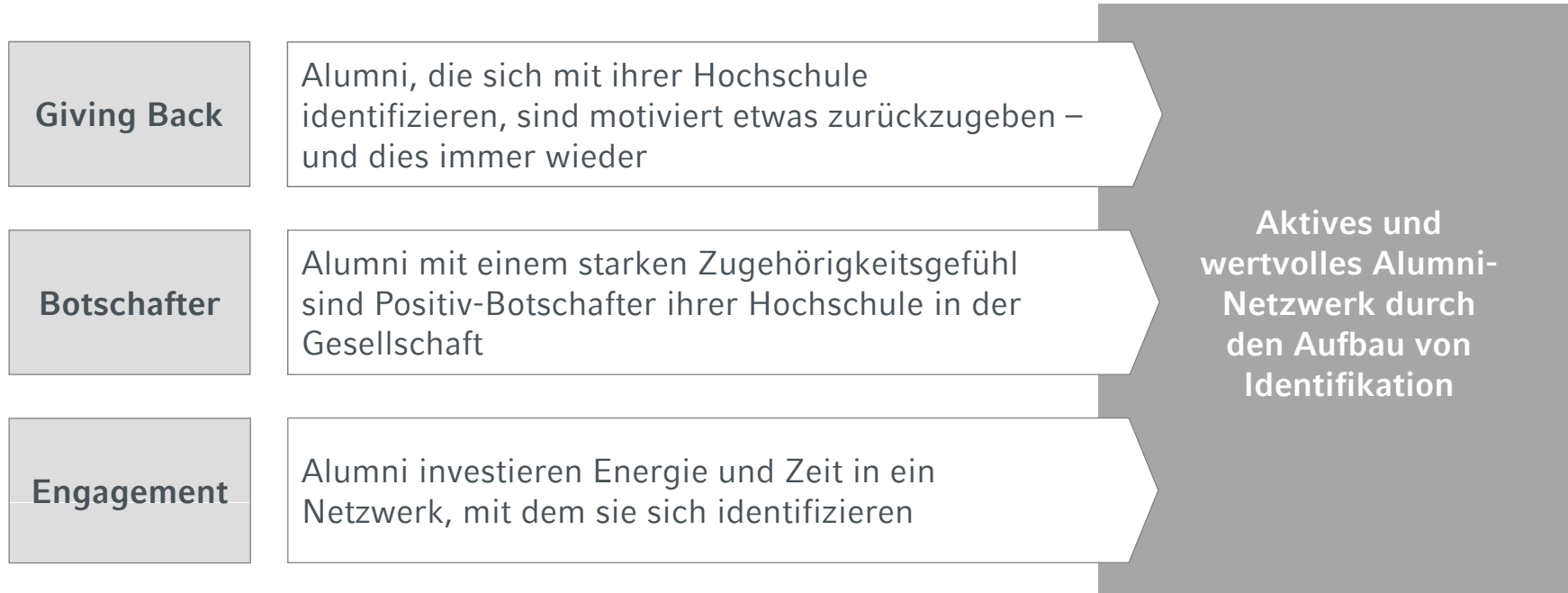




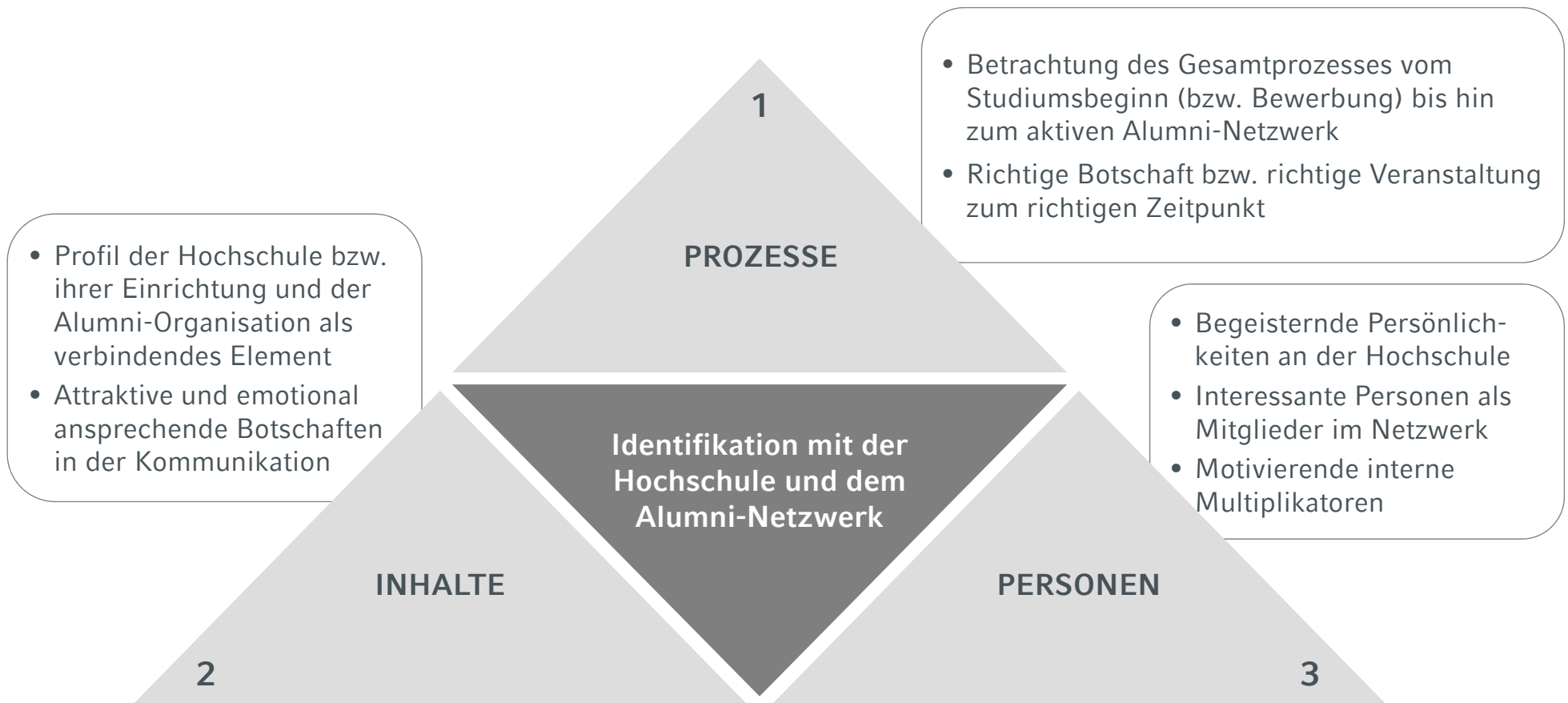
LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



EINE STARKE IDENTIFIKATION MIT DER HOCHSCHULE FÜHRT ZU EINEM AKTIVEN ALUMNI-NETZWERK UND IST DAMIT ZENTRALER ERFOLGSFAKTOR



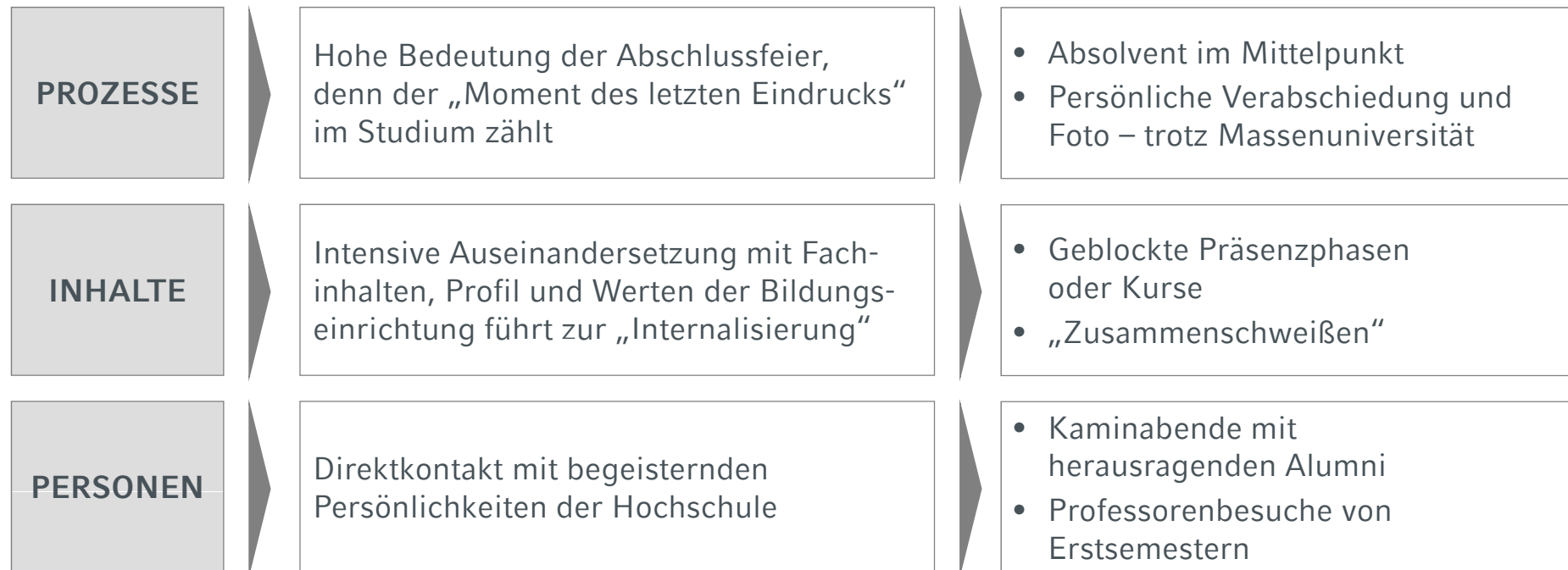
DER AUFBAU VON IDENTIFIKATION BASIERT AUF PROFESSIONELLEN PROZESSEN, ATTRAKTIVEN INHALTEN UND MOTIVIERENDEN PERSONEN



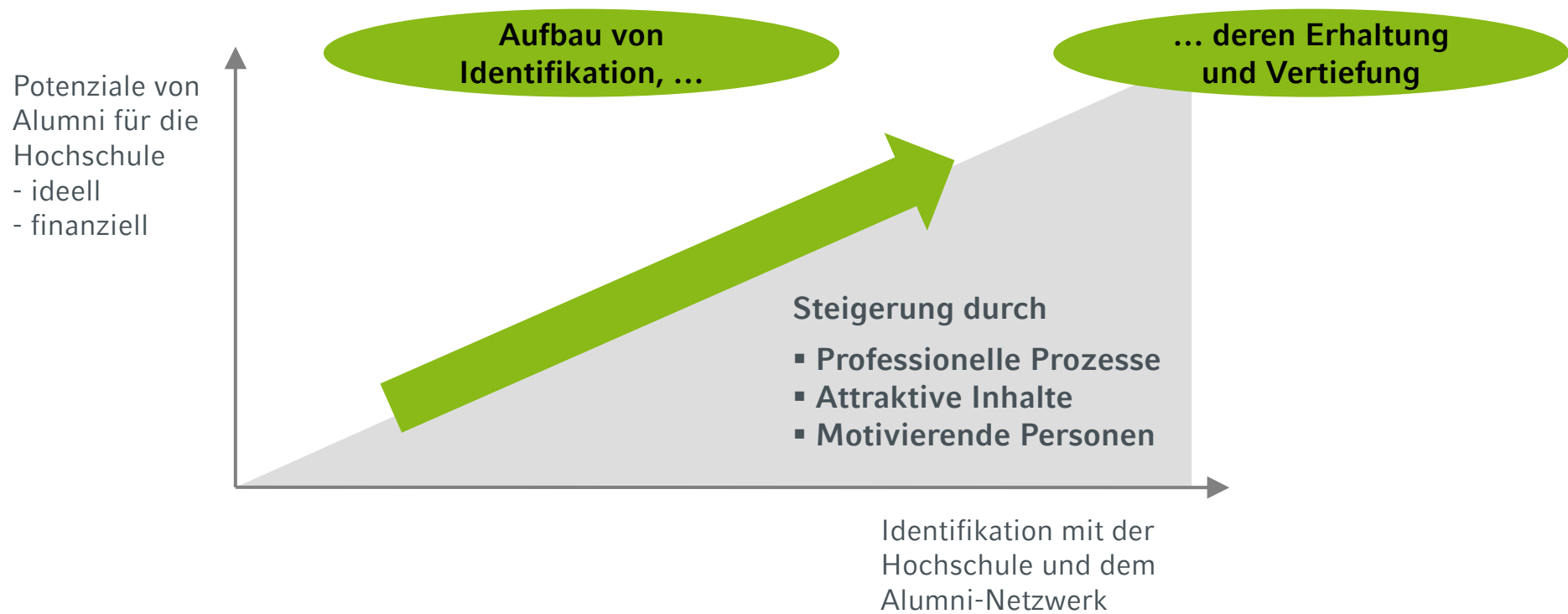
BEISPIEL PROZESSE: STUDIERENDE MÜSSEN SERVICE-ELEMENTE ALS DURCHDACHTEN GESAMTPROZESS WAHRNEHMEN



BEISPIELHAFTE INSTRUMENTE ZUM AUFBAU VON IDENTIFIKATION MIT DER HOCHSCHULE UND DEM ALUMNI-NETZWERK



INSTRUMENTE DES ALUMNI-MANAGEMENTS KONZENTRIEREN SICH AUF AUFBAU, ERHALTUNG UND VERTIEFUNG VON IDENTIFIKATION





A. Ausgangslage und Potenziale von Alumni-Management

B. Erfolgsfaktor „Aufbau von Identifikation“ – warum und wie?

C. Herausforderungen für professionelles Alumni-Management



BEI DER PROFESSIONALISIERUNG DES ALUMNI-MANAGEMENTS STEHEN HOCHSCHULEN WIE AUCH ALUMNI-VEREINE VOR HERAUSFORDERUNGEN

Professionelles Alumni-Management

Ziele und Strategien?

- **Grundsätzliche Zielvorstellung und Strategien** erforderlich, dabei Einordnung des Alumni-Management im Vergleich zu anderen Hochschulthemen
- **Realistischer Zeithorizont:** kurz- und langfristig (bzw. nicht zu kurzfristig, aber auch nicht nur langfristig)

Ressourceneinsatz?

- Ressourceneinsatz auf **Leistungs- und Mitarbeitererebene** sowie von **Alumni und Studierenden**
- Variante 1: Strategie und Ziele bestimmen (Mindest-)Ressourceneinsatz
- **Variante 2:** Begrenzte bzw. gegebene Ressourcen erfordern **Priorisierung**

Erfolgsfaktor Identifikation?

- **Aufbau von Identifikation** typischerweise immer mit Bezug zur **Marke der Hochschule**
- **Abgestimmte Kommunikationspolitik gegenüber Alumni**, damit aufgebaute Identifikation erhalten und vertieft werden kann



BEI DER PROFESSIONALISIERUNG DES ALUMNI-MANAGEMENTS STEHEN HOCHSCHULEN WIE AUCH ALUMNI-VEREINE VOR HERAUSFORDERUNGEN

Professionelles Alumni-Management

Zusammenspiel zwischen „Hochschulebenen“

- Zweckmäßige Aufgabenteilung zwischen **Hochschulebene, Fakultätsebene,** und ggf. **Instituts- bzw. Studiengangsebene**
- **Grundansatz:** Zentrale Koordination für dezentrales Engagement

Integration in Hochschulmanagement

- Alumni-Management als **Teil des Hochschulmanagements** begreifen
- **Geordnetes Zusammenwirken** mit anderen Hochschuleinheiten wie Fundraising, Career Service, Marketing, Kommunikation & Presse, etc.

Abstimmung mit Alumni-Organisationen

- Agenda der Alumni-Organisationen auf **Agenda der Hochschule / Fakultät** abstimmen
- Letztlich ist das **verbindende Element** zwischen allen Alumni die Hochschule





LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



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

