



Alumnibüro und Universitätsgesellschaft: Zusammenarbeit ist möglich! Chancen und Perspektiven



Zusammenarbeit?

Welche Faktoren machen die Zusammenarbeit von
Freundesgesellschaften und Alumniorganisationen an Ihrer
Hochschule schwierig?

Was sind Ihrer Meinung nach institutionelle Hemmnisse?

Porträt der Unigesellschaft

Gegründet 1921 von Freunden der Technischen Hochschule Hannover (v. a. Vertreter der Industrie) um „...ihr nach Kräften in schwerer Zeit zur Seite zu stehen, ihr für Empfangenes zu danken, ihr die in Industrie, Handel, Gewerbe, Landwirtschaft, Verkehrswesen und Verwaltung auftauchenden Probleme zu methodischer Behandlung vorzulegen und so die wechselwirkende Gemeinschaftsarbeit zwischen Wissenschaft und Praxis zu fördern und zu pflegen,...“

(Sonderdruck aus dem „Hannoverschen Kurier“ Nr. 567 und 569)

Porträt der Universitätsgesellschaft

- Förderung der Leibniz Universität Hannover und der mit ihr verbundenen Institute und Einrichtungen bei der Erfüllung ihrer wissenschaftlichen, berufsbildenden und erzieherischen Aufgaben
- Förderung der akademischen Jugend der Leibniz Universität Hannover
- Pflege und Förderung der Gemeinschaftsarbeit von Wissenschaft und Praxis an der Leibniz Universität Hannover

Struktur der Universitätsgesellschaft

Organe:

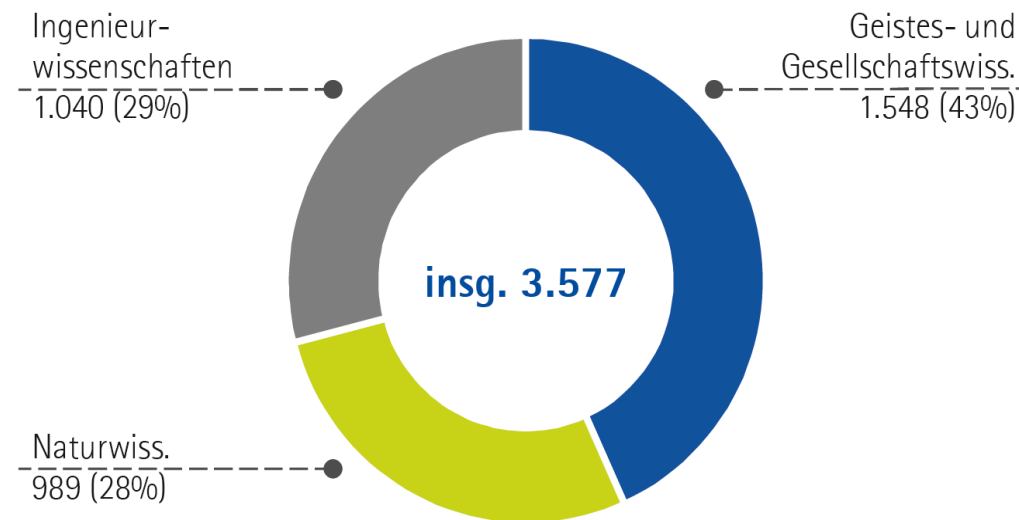
- Mitgliederversammlung
- Verwaltungsrat
- Vorstand

Geschäftsstelle:

- Geschäftsführerin 75%
- Mitarbeiterin 50%
- Mitarbeiterin 40%

Absolventinnen/Absolventen Leibniz Universität Hannover 2014

Absolventen/-innen



Absolventen/-innen nach 1. Studienfach im Studienjahr 2014 (WS 2013/14 und SS 2014)

Alumniarbeit an der Leibniz Universität

Extern:

- Leibniz Universitätsgesellschaft mit Sektionen

Extern/Intern/Dezentral:

- Über 30 Vereine/Netzwerke auf Fakultäts- oder Institutsebene, Aktivitäten der Fakultäten oder Institute

Intern/Zentral:

- Seit 2007 als Alumnibüro

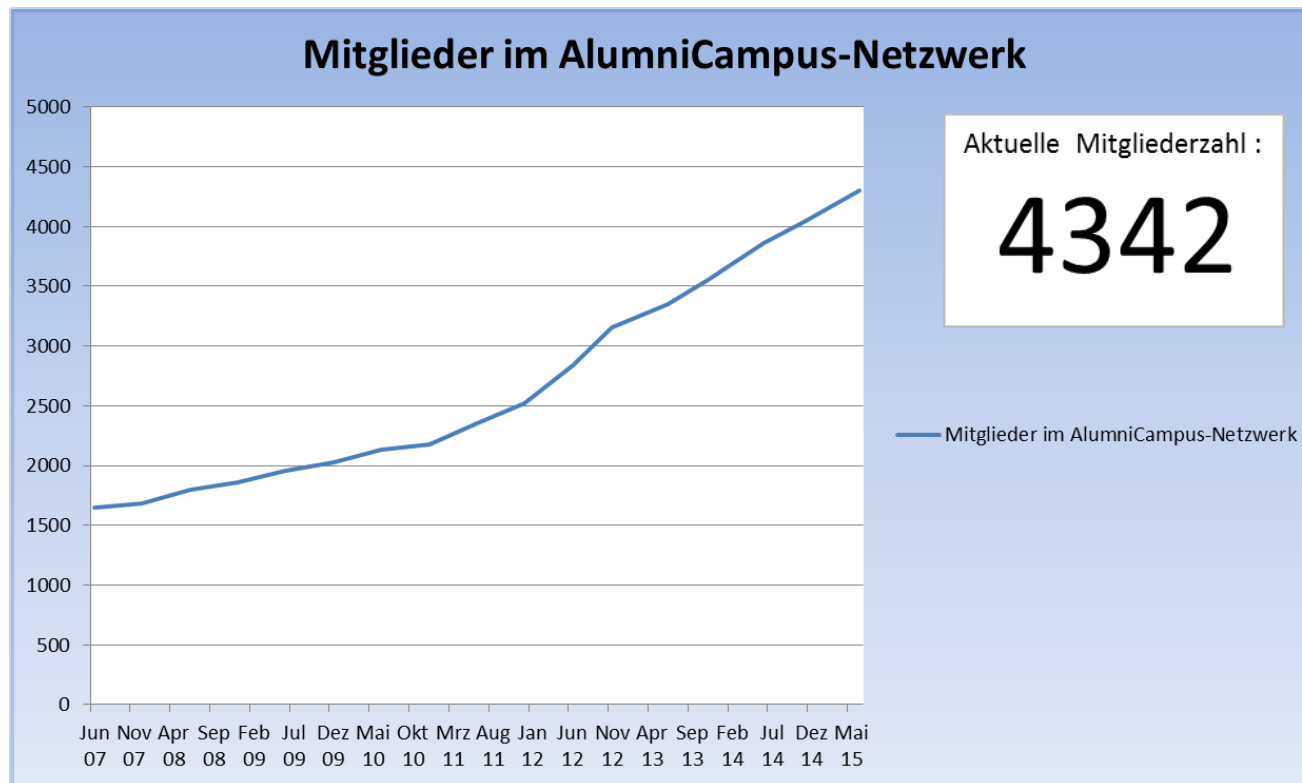
Porträt des AlumniCampus

- Gründung 2007, Empfehlung der HRK, guter Vorbilder an anderen dt. Universitäten
- Organisatorische Eingliederung im Präsidialstab direkt beim Präsidenten
- Personelle Ausstattung zurzeit: 1,4 Vollzeitäquivalente davon etwa 0,3 Stellen für Erstellung des Unimagazins
- Enge Schnittstellen zu Fundraising, Career Service, Kommunikation und Marketing

Auftrag:

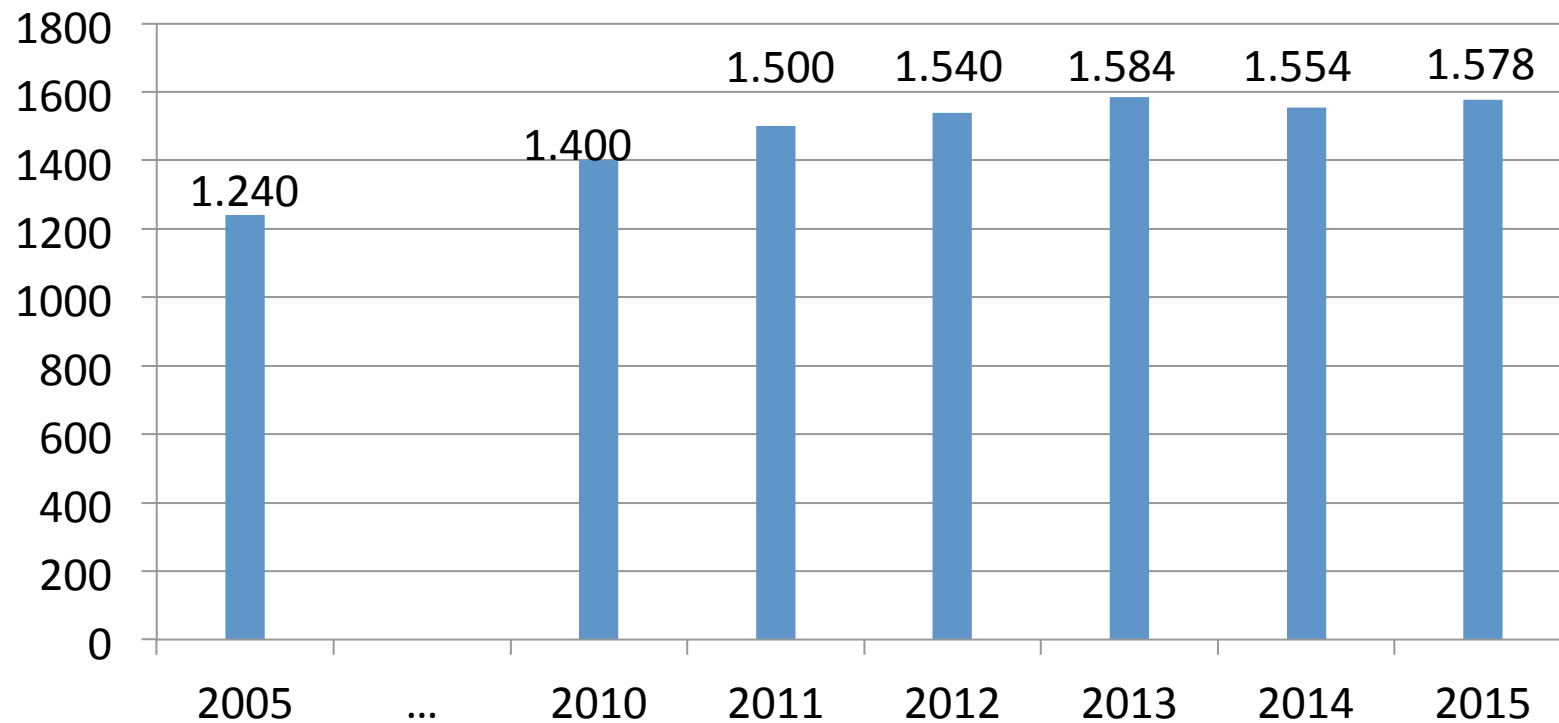
„Die Verbindung und Beziehung zu den Ehemaligen der Universität auf- und auszubauen, zum Nutzen der Alumni, der Studierenden und der Universität.“

Mitgliederentwicklung AlumniCampus



Netzwerk/
Mitgliedschaft
ohne
Rechtsform

Mitgliederentwicklung Unigesell. bis August 2015



Fazit Mitgliederentwicklung

- Mitgliederzahl im Alumn-campus steigend, in der Unigesellschaft stabil
- Potenzial für zukünftige Steigerungen
- Interesse an der Verbindung zur /Unterstützung von Universität ist vorhanden
- Mitglieder beider Organisationen sind eine sehr affine Bezugsgruppe, übernehmen Botschafterrolle
- Mitglieder für ideelle und monetäre Unterstützung der Universität mobilisierbar

Arbeitsfelder der Universitätsgesellschaft

- Veranstaltungen
- Diverse Stipendienprogramme
- Vergabe von Preisen und Auszeichnungen
- Bewilligungen:
Förderung/Unterstützung von Forschungsvorhaben, wiss. und akad.
Veranstaltungen, Exkursionen, Symposien, Konferenzen, Kongressen

Arbeitsfelder des AlumniCampus

Dezentral: durch Fakultäten, Institute, Vereine

- Absolventenfeiern
- Fachveranstaltungen
- Alumnitreffen
- Fakultäten nutzen zentrale Dienstleistungen
(Datenbank, Ehemaligenmagazin, XING-Gruppe)

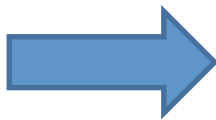
Arbeitsfelder des AlumniCampus

- AlumniCard mit Mehrwertangeboten intern/extern
- Lebenslange E-Mail-Adresse
- E-Mail-Newsletter
- Veranstaltungsreihe „AlumniTreffpunkt“
- Trauungen im Welfenschloss



Arbeitsfelder des AlumniCampus

- Ehemaligenmagazin
- President's Alumni Meeting
- XING-Gruppe
- Bindung durch Einbindung:
Mentoren, Praktika, Referenten
- Fundraising für das Deutschland-Stipendium:
35 Alumni-Stipendien in 2014



kommunikativ und operativ



Bisherige Zusammenarbeit

Analysephase:

- Regelmäßige Treffen zum Kennenlernen der gegenseitigen Arbeit und zur Abstimmung, Teilnahme an Gremiensitzungen
- Mitgliederanalyse (200 Übereinstimmungen)
- Austausch von Bildmaterial für Webseiten
- Gegenseitige Werbung und Unterstützung (Flyer, Website)

Erkenntnisse aus der Analyse: Unterschiede nutzen!

Vorteile AlumniCampus

- Gute Vernetzung innerhalb der Uni
- Nähe zum Präsidium
- Dienstleistung der Uni nutzen
- Identitätsstiftende Ansprache der Alumni durch Alma Mater
- Spenden direkt an Uni
- schlanke Strukturen

Vorteile Unigesellschaft

- Unabhängigkeit
- mehr Gestaltungsfreiheit
- „e.V.“ erleichtert Fundraising
- Zielgruppe größer als Alumni: „Freunde“ (z.B. Unternehmen), breiter verwurzelt
- größeres Spendenpotenzial
- Finanzierung, die innerhalb des Universitätshaushalt nicht machbar sind

Bisherige Zusammenarbeit

Umsetzungsphase:

- **Gemeinsames Magazin:**
LeibnizCampus statt AlumniCampus
für Ehemalige, Freunde und Förderer
- Berichte im LeibnizCampus
über die Universitätsgesellschaft
- Ideenaustausch
zum Thema Deutschlandstipendium

LEIBNIZ UNIVERSITÄTSGESELLSCHAFT
HANNOVER e.V.



AlumniCampus der Leibniz Universität Hannover
Das Netzwerk für alle Ehemaligen ■

Vorteile durch die Kooperation

- Zusammen sprechen wir 5.800 Mitglieder an, Tendenz steigend
- Angebotspalette verbreitert sich, da die Angebote jeweils auch für die Mitglieder der anderen geöffnet werden
- Breitere Basis für das Thema Fundraising
- Imagegewinn: Beide Organisationen werden attraktiver
- Kostenteilung für das Magazin, Synergieeffekte bei Veranstaltungen

Zukünftige Kooperation

- Gemeinsamer Auftritt auf Absolventenfeiern
- Nutzung der E-Mail-Verteiler zur Ankündigung von Veranstaltungen
- Vorteile der verschiedenen Organisationsformen besser nutzen
- neue Formate für neue gemeinsame Veranstaltungen entwickeln

Ideen entstehen bei der Zusammenarbeit!

Aussicht

- Verbreiterte Mitgliederbasis auch für Fundraising
- Attraktiveres Angebot
- Abgestimmtes Vorgehen

Gemeinsames Ziel ist die Unterstützung
der Leibniz Universität Hannover

Faktoren für erfolgreiche Zusammenarbeit

- **Gemeinsames Ziel erkennen: Für die Universität!**
- Unterschiedliche Kompetenzen herausarbeiten: Verschieden sein hilft! Den Nutzen erkennen!
- Unterschiedliche Orgaformen (keine Konkurrenz)
- Vorteile der verschiedenen Organisationsformen besser nutzen
- Zieläußerungen der Hochschulleitung/Vorstands helfen
- Verknüpfte Personalien Vorstand/Hochschulleitung helfen
- Sich kennenlernen, dem anderen Einblicke verschaffen
- Wille zur Zusammenarbeit!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Antje Doll, Geschäftsführung, Leibniz Universitätsgesellschaft Hannover e.V.
Monika Wegener, Leitung Alumnibüro, Leibniz Universität Hannover