

Jahresveranstaltung „Fördern – Gewinnen – Begeistern:  
das Deutschlandstipendium“ am 8. Juli 2014 in Berlin

## Ergebnisse aus dem Workshop „Stipendiaten und Alumni: Chancen langfristiger Vernetzung für die Bildungsbiografie“

*Langfristige Vernetzungen entstehen entlang einer Linie, die mit dem Herstellen guter Beziehungen – „friendraising“ – beginnt und sich perspektivisch über das Entstehen gemeinsamer Ideen und Projekte – „brainraising“ – letztlich zum „fundraising“ entwickelt. So lassen sich die Ergebnisse des Workshops der Hochschulrektorenkonferenz zusammenfassen. Welche Faktoren die Etablierung einer langfristigen Vernetzung begünstigen, welche Chancen sich aus dieser Vernetzung speisen und welche Rolle das Deutschlandstipendium dabei einnehmen kann – diese Fragen wurden in der Diskussionsrunde erörtert.*

### **Themenpate:**

Dr. Oliver Herrmann (Hochschule Ostwestfalen-Lippe)

### **Moderation:**

Prof. Dr. Wilhelm Friedmann

### **Impulsvortrag des Themenpaten Dr. Oliver Hermann**

Dr. Hermann stellte die Initiativen der Stiftung Studienfonds OWL vor und verwies auf die Ergebnisse einer eigens durchgeführten Umfrage:

- 65 % der befragten Alumni äußerten demnach die Bereitschaft, die Stiftung als Botschafter zu unterstützen.
- 67 % hatten an der Vernetzung mit Stipendiatinnen und Stipendiaten Interesse. 93 % der Befragten interessierten sich in diesem Zusammenhang insbesondere für die berufliche Vernetzung.
- Rund 60 % können sich vorstellen, als Mentor zu wirken.
- 75 % der Befragten äußerten Interesse am ideellen Förderprogramm der Stiftung.

Themenbereich 1:

### **Erfolgsfaktoren der langfristigen Vernetzung**

In der Diskussion wurden vier für die Etablierung einer nachhaltigen Vernetzung wichtige Erfolgsfaktoren herausgearbeitet:

- Eine gemeinsame Kommunikationsplattform (Nicht zwangsläufig ein Webportal. Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass eine

gesonderte digitale Austauschplattform von den Studierenden nicht nachgefragt wird: Vielmehr müsse auf gängige Kanäle wie Facebook, XING oder E-Mails gesetzt werden.)

- eine organisatorische Plattform als Verwaltungsstruktur des Beziehungsmanagements (an den Hochschulen)
- Ein Impulsgeber, der alle Beteiligten zu weiterem Engagement und Austausch motiviert (Koordinator).
- ein deutlich erkennbarer Mehrwert für alle Beteiligten

Letztlich dienen diese Faktoren dem Zweck, persönliche Begegnungen zu schaffen, Studierende persönlich „abzuholen“ und damit eine starke emotionale Bindung und Verbundenheit mit Hochschulen und Förderern herzustellen.



Fotos | BMBF © 2014

Themenbereich 2:

## **Langfristige Vernetzung: Nicht nur Stipendiaten profitieren**

Vorteile für Stipendiatinnen und Stipendiaten:

- Erfahrungsaustausch mit anderen Stipendiaten und Alumni. Wie plane ich meine Abschlussarbeit/meine Dissertation? Wie trete ich mit potenziellen Arbeitgebern in Kontakt? Diese Fragen lassen sich oftmals durch den Austausch mit anderen Stipendiaten und/oder Alumni beantworten.
- Kontakt zu potenziellen Arbeitgebern und beruflichen Netzwerken
- Weiterbildung und Hilfestellung, etwa in Form von Bewerbungstrainings oder gemeinsamen Aktivitäten (z. B. Theaterworkshops, Firmenbesichtigungen etc.)

Vorteile für die Alumni

- Erfahrungsaustausch mit Nachwuchskräften
- Vorbildfunktion kann persönlich bereichern
- Kontakt zu Hochschulen und potenziellen Arbeitgebern

Vorteile für Förderer:

- Kontakt zu Hochschulen und Nachwuchskräften
- Förderer lernen darüber hinaus die Erfahrungswelt junger Generationen kennen und erweitern damit ihren eigenen Horizont.

Gleichzeitig sollten die Erwartungen an unmittelbare Vernetzungseffekte nicht zu hoch geschraubt werden: Die Effekte wirken langfristig und sind kurzfristig oftmals nicht zu erkennen.

Themenbereich 3:

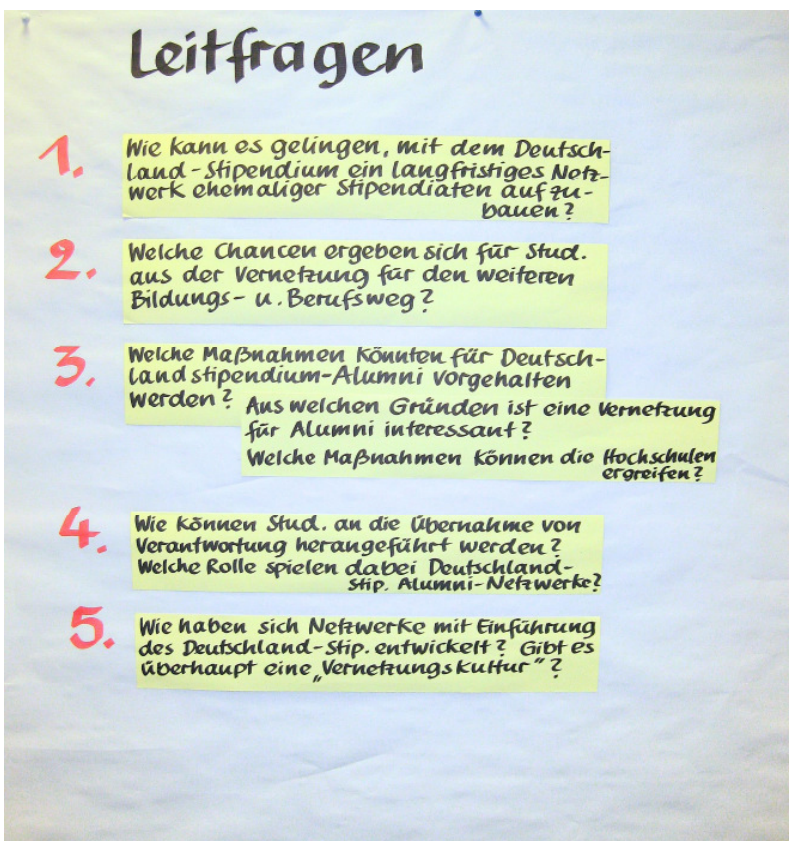
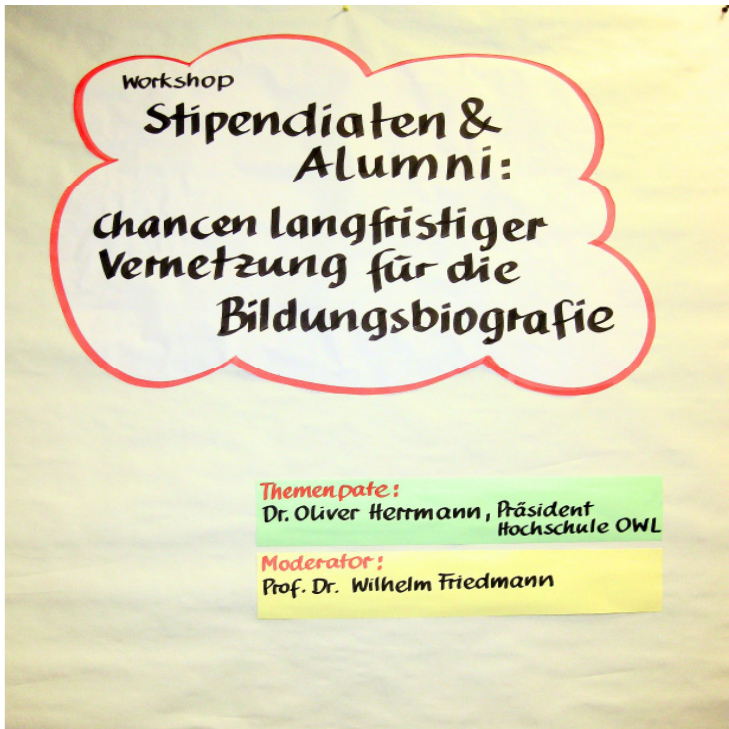
### **Die Rolle des Deutschlandstipendiums und seiner Beteiligten**

Personalisiertes Beziehungsmanagement ist eine mühsame Aufgabe. Zumal die Stipendiaten evtl. erst Jahre später „etwas zurückgeben“ und in anderer Rolle in das Netzwerk eingebunden werden können. Daraus leitet sich für die Hochschulen das Erfordernis eines langfristig angelegten Beziehungsmanagements ab, das Stipendiaten und Alumni stets über die neuesten Entwicklungen informiert und alle Beteiligten „am Ball“ bleiben lässt.

Die Initiative liegt dabei tendenziell bei den Hochschulen. Sie sollten mit ihren Ideen gezielt an Förderer herantreten – für kleinere und mittlere Unternehmen könnte der Kontakt etwa über die Industrie- und Handelskammern gesucht werden. Um diese Aufgaben bewältigen zu können, wird eine der Akquisitionskostenpauschale ähnliche Förderung durch den Bund angeregt. Diese könnte als finanzielle Grundausstattung das finanzielle, organisatorische und persönliche Engagement der Hochschulen unterfüttern. Stipendiaten sollten aber auch von Fördererseite aktiv eingebunden werden: durch Projektarbeiten, Mentorenprogramme oder als Vertreter auf Informationsveranstaltungen.

Das Deutschlandstipendium könnte sich in diesem Zusammenhang zu einem Kristallisationspunkt für eine in Deutschland bislang nicht vorhandene, langfristig angelegte Netzwerkkultur entwickeln. Dies sollte jedoch nicht als Anliegen und Ziel des Stipendienprogramms festgeschrieben werden. Vielmehr handelt es sich dabei um einen wünschenswerten Nebeneffekt des Programms.

## Fotodokumentation:





## ad 1. Langfrist. Netzwerk ehem. Stip. aufbauen...

- es bedarf einer kommunikativen Plattform (Portal  $\rightarrow$ ) und persönliche Begegnung
- eine organisatorische Plattform
- die Kommunikation  $\text{Alumni} \leftrightarrow \text{Alumni}$   
 $\downarrow \qquad \qquad \downarrow$   
 $\text{Stip} \qquad \qquad \text{Stip}$ 

die emotionale Bindung!

Nicht nur der Geldgeber / Stifter die Bindung gestalten!
- Es bedarf eines ständigen pushes!
- die Internationalisierung mit berücksichtigen
- den Alumni Mehrwert bieten!

## Chancen aus Vernetzung für weiteren Weg?

- die Vernetzung der Stip  $\rightarrow$  ausbauen in berufliche Netzwerke
- Stip. müssen persönlich "abgeholt" werden
- Kleinunternehmer in Verbindung mit den Hochschulen zu bringen ist schwierig!  
 Initiative der Hochschulen ist notwendig!
- Dtl.-Stip. als Promotor für Netzwerke ?? Es geht darum Gelegenheiten zu schaffen und zu nutzen!
- Vernetzung wird nur funktionieren, wenn sie langfristig angelegt ist

## Vorzuhaltende Maßnahmen? Gründe ...? Maßnahmen d. Hochschulen?

- eine mühsame Arbeit !!  $\Rightarrow$  10 Jahre Verbindung halten ...  
 Studie Alumni-life-cycle
- Invest. der Hochschule in das "Beziehungsmanagement"
- themenorientierte & bedarfsorientierte Informationen an die Alumni geben (unaufdringlich sukzessive "Angehen")
- das D-Stip. ist zentral als Kristallisationspunkt für langfrist. Alumni-Arbeit ( $\rightarrow$  Mittel abzweigen um Stellen dafür zu schaffen!)  
 (aus Akquise-Kosten)  
 22,7%  $\rightarrow$  zu wenig!
- Zweck des Netzwerkes "friend-raising - brain-raising - fund-raising"

## ... wie an Verantwortung herantführen? Rolle D-Stip. Alumni-Netzwerke?

## ... Entwicklung von Netzwerken? "Vernetzungskultur" ...?