

Detlef Müller-Böling Studenten als Freunde - Neue Uni-Kultur durch Zöglingverein?

Auftakt-Veranstaltung Alumni-Club

**Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Universität Dortmund
25. Februar 2002**

Alumnus heißt ja der Zögling, der Pflegling. Die Frage im Vortragstitel hört sich wie eine besondere Erwartung an Sie als Absolventen an. Aber bevor ich darauf eingehe, will ich erst einmal meine große Freude über diese Veranstaltung zum Ausdruck bringen.

1 Freude

Meine Freude als **Professor**, sie wiederzusehen, die wir uns aus dem Grundstudium kennen und dass Sie sich so gut weiterentwickelt haben.

Meine Freude als ehemaliger **Dekan**, der schon vor 16 eine Sektion Wiso in Freundegesellschaft der Universität gegründet hat.

Meine Freude als ehemaliger **Rektor** dieser Universität, der in dem, was wir heute Corporate Identity nennen, ein wesentliches Merkmal des Miteinanders zwischen Studierenden und Lehrenden forciert hat.

Meine Freude als **Leiter des CHE**, der vor kurzem „Die Entdeckung der Alumni“ propagiert hat mit einer Landkarte, die den Weg gewiesen hat, sich um die Absolventen der Hochschulen zu kümmern.

Aber vielleicht ist noch nicht jede Hochschule auf dem Weg, sich an dieser Landkarte zu orientieren, vielleicht dauert es manchmal etwas länger, bis die Hochschulen auch Land sehen oder Land entdecken. Oder es werden insbesondere hohe Geldspenden zur Finanzierung der Hochschule oder des Lehrstuhls erwartet.

Aber ich muss da gleich die Kollegen warnen: friendraising steht vor fundraising! Und Studierende als „Freunde“ in der Universität zu betrachten, das kommt einer Kulturrevolution an deutschen Hochschulen gleich. Alumni-Arbeit umfasst alle Aspekte, in denen die Hochschulen von den Studierenden erlebt werden. Alumni-Bindung ist nur glaubwürdig und kann nur dann erfolgreich sein, wenn die Hochschule von den Studierenden während des Studiums als überzeugend erlebt wird. Und dabei sind ganz verschiedene Stufen relevant. Konkret bedeutet dies und darauf will ich im Einzelnen etwas detaillierter eingehen:

2 Fünf Knackpunkte des Kulturwechsels

- erstens die Studierendenauswahl,
- zweitens die Studierendenbetreuung,
- drittens die Hilfe der Hochschule beim Übergang in den Beruf,
- viertens die Begleitung der Studierenden nach dem Abschluss und
- fünftens Weiterbildungsangebote für die Alumni.

2.1 Studierendenansprache

Die Alumni-Arbeit beginnt vor dem Eintritt der Studierenden in die Hochschule und zwar zuerst einmal mit den Auswahlkriterien und Verfahren für diejenigen, die neu in die Hochschule hineinkommen.

Weiterhin entscheidend in diesem Zusammenhang ist die Identität der Hochschule und deren Kommunikation nach außen. Die Leitfragen sind hier: In welchem Medium, in welchem Erscheinungsbild präsentiert sich die Hochschule den Studienanfängern oder den Abiturienten? Welcher Typ Studierende wird überhaupt angesprochen?

Und durch welche identitätsstiftenden Merkmale wird er an die Hochschule gebunden? Ist die Uni Do eine regionale HS? Oder kommen die Leute wegen der Möglichkeit Controlling, Marketing oder Unternehmensgründung zu studieren?

Und nicht zuletzt die Ziele des Studiengangs und deren Kommunikation. Hier lauten die kritischen Fragen: Gibt es explizit formulierte Ziele des Studiengangs, die auch tatsächlich umgesetzt werden? Korrespondieren diese Ziele mit den Zielen der Universität oder Hochschule als Ganzes? Wie verbinden sich diese Ziele mit den individuellen Zielen der Studierenden?

Ich habe mehrfach die Auswahl der Studierenden an der Universität Witten-Herdecke, einer privaten Universität, miterlebt und als einen ganz wesentlichen Akt der Identitätsbildung der Hochschule selbst, aber auch der Bindung der zukünftigen Studierenden an die Hochschule empfunden.

Sie sehen, bei all diesen Themen ist die Reform des Hochschulwesens insgesamt in Deutschland angesprochen. Identitätsbildung, Leitbild der Fakultät, Profilbildung, Prüfungsordnungen, ZVS.

2.2 Studierendenbetreuung

Hier geht es um die gelebte Identität der Hochschule im Studienalltag.

Wie präsentieren sich die Hochschullehrer? Als Team? Kollegial gegenüber den Studierenden? Wenn ich vom Team spreche, bedeutet das nicht Auflösung der Individualität des einzelnen Hochschullehrers, aber die Frage ist doch sehr deutlich zu stellen: wie begegnet man als Hochschullehrergruppe den Studierenden? Wie werden akademische Standards vermittelt gegenüber den Studierenden? Wie werden die Werte des Hochschulsystems oder dieser spezifischen Hochschule vermittelt? Wie wird das Hineinfinden in die Hochschule, in das akademische Arbeiten, etwa über Tutorien oder Mentoren, erarbeitet? All dies sind Fragen, die die Lehre unmittelbar betreffen.

Darüber hinaus ist die Frage des Campuslebens relevant. Wie reizt die Hochschule ihren spezifischen Standort innerhalb der Stadt oder außerhalb der Stadt als Campusuniversität aus? Wie verstärkt sie diesen Standortvorteil? Wie sind die Aspekte des Zusammenlebens mit den Mitstudenten hinsichtlich Wohnen, hinsichtlich kultureller oder reiner Spassveranstaltungen neben dem Studium organisiert?

2.3 Übergang Hochschule – Beruf

Wie wird das Studium im nachhinein empfunden? Hat sich die Investition gelohnt? Hat das Studium gehalten, was es ursprünglich versprochen hatte? War es relevant für den Arbeitsmarkt?

Arbeitsmarktorientierung ist nicht gleichzusetzen mit Wirtschaftsorientierung! Arbeitsmarktorientierung ist etwas ganz anderes. Sie bedeutet, dass es natürlich einen Arbeitsmarkt in der Wirtschaft gibt, dass es aber einen Arbeitsmarkt in der Wissenschaft, in der Bildung, in der Kultur, im Staat, in der Verwaltung gibt. Arbeitsmarktorientierung heißt, dass die Hochschule mit ihrem Ausbildungsprofil den Arbeitsmarkt der nächsten Jahrzehnte bestimmt und gestaltet. Das halte ich für die eigentliche strategische Aufgabe der Hochschulen.

Dazu kommt die Frage, wie Praktika, Kontaktvermittlung, Berufsberatung von der Hochschule organisiert werden. Das ist das, was zunehmend unter career-center diskutiert wird und letztendlich aber auch Bekanntheit und Ruf der Hochschule bei den Arbeitgebern widerspiegelt.

2.4 Begleitung der Alumni nach dem Abschluss

Häufig wird lediglich dieser Themenkomplex als Alumni-Arbeit angesehen.

Wir haben es dabei einmal mit den persönlichen Kontakten zu den Hochschullehrern zu tun, die im informellen Bereich laufen.

Aber es gibt auch die Kontakte der Ehemaligen untereinander, die sich häufig und insbesondere im Ausland dann zu eigenen Vereinen zusammenschließen, ohne dass die Hochschule das überhaupt merkt. Diese informellen Formen der Zusammenarbeit sind also durchaus nicht zu vernachlässigen.

Daneben besteht ein breites Spektrum an Instrumenten zur Betreuung der Alumni von speziellen Alumni-Zeitschriften bis hin zu Foren und Webpages im Internet.

Ich bin jedenfalls gespannt, was die Wiso-Fakultät hier auf die Beine stellt.

2.5 Weiterbildung für Alumni

Im Zusammenhang mit dem lebenslangen Lernen tut sich hier ein Feld auf, das für die Alumni-Arbeit ein enormes Potential bietet. Es gibt sogar Stimmen, die meinen, das eigentliche Produkt der Hochschule sei nicht mehr der Studienabschluss des Diploms oder des Staatsexamens, sondern ein Vertrag zwischen Studierendem und der Hochschule für ein lebenslanges Lernen. Ob das nun Zukunftsmusik oder bereits Realität ist, mag dahingestellt sein. Es gibt aber bereits heute Hochschulen, die gehen aggressiv auf den weltweiten Bildungsmarkt ganz klar mit der Fokussierung auf die Alumni.

Hier schließt sich dann wieder der Kreis und ich kann zusammenfassen: Zentral ist die Identität der Hochschule und deren glaubwürdige Umsetzung und Kommunikation in allen Bereichen der Fakultät. Dabei sind wir bei der Frage der Gesamtstrategie der Fakultät und ihres Leitbildes. Im Leitbild und in der Strategie muss die Frage beantwortet werden, wie die Hochschule mit ihren Absolventen umgehen will.

3 Resumee

Die Frage, die sich mir stellt, ist: Obwohl keiner der Knackpunkte zutrifft, der Kulturwechsels noch nicht eingetreten ist, sind Sie als Alumni hier.

Wie kommt das, was sind Ihre Beweggründe?

- Nostalgie?
- Wurden Sie doch gut betreut?
- Wurde Ihnen beim Übergang von der Uni in den Beruf von einzelnen Profs geholfen?
- Oder haben Sie jetzt Erwartungen an Kontakte? An Weiterbildung?

Ich bin gespannt, darüber gleich mehr zu hören.

Zuvor aber noch eine kleine Geschichte über die Natur von Volks- und Betriebswirte:

Drei Volks- und drei Betriebswirte fahren mit der Bahn zu einer Konferenz. Die Betriebswirte haben jeder eine ordnungsgemäße Fahrkarte, die Volkswirte haben nur eine Karte. Die Betriebswirte denken, „Wenn jetzt der Schaffner kommt, sind zwei Volkswirte dran“. Einer der Volkswirte schaut ständig auf den Gang und ruft plötzlich: „Schaffner.“ Daraufhin gehen die drei Volkswirte auf die Toilette, der Schaffner klopft dort und sie schieben die Karte unter der Tür durch.

„Nun“, denken die Betriebswirte, „das können wir auch.“ Für die Rückfahrt kaufen sie eine Karte, sitzen wieder mit den Volkswirten in einem Abteil, die aber nun überhaupt keine Fahrkarte mehr haben. Wieder ruft einer der Volkswirte: „Schaffner.“ Die Betriebswirte stürzen auf die Toilette, es klopft, sie schieben die Fahrkarte unter der Tür durch und die Volkswirte gehen ruhig zur nächsten Toilette.

Wenn Sie diese Geschichte als Betriebswirte nicht politisch korrekt empfinden, können Sie sie natürlich auch andersherum erzählen.