

ALUMNI-TRENDS. 2013.

Wohin geht die Alumni-Reise im Jahr 2013? Für Sie hier die Alumni-Trends als Inspiration für Ihre Arbeit als Alumni Manager.

1. REDUKTION AUF DAS WESENTLICHE

Bei professionellen Alumni-Organisationen steht das Interesse der Mitglieder im Zentrum. Sie tun, was den Ehemaligen einen erkennbaren Mehrwert bietet. Dafür verabschieden sie sich von Überflüssigem, wie ungenutzte Dienstleistungen und Angebote sowie Prestigeprojekte von einzelnen Vorstandsmitgliedern oder Professoren. Lieber weniger, dafür clever (tiefgründige Veranstaltungen mit Networking im Anschluss; wenige Vergünstigungen, dafür — im Idealfall täglich — spürbare).

2. GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Wer rastet, der rostet. Laufende Kommunikation über zeitgerechte Medien wie zurzeit Facebook, Google+, Twitter, XING und LinkedIn ist ebenso selbstverständlich wie lang anhaltende Kommunikationskanäle, beispielsweise in Form eines Alumni-Magazins. Der Kern ist und bleibt das Gleiche: Geschichten. Lassen Sie Mitglieder erzählen, was sie bewegt. Stellen Sie Fragen und versuchen Sie andere Perspektiven einzunehmen, um mit diesen den Horizont zu erweitern. Ihre Alumni werden sich eher mit Gleichgesinnten

identifizieren als mit einer Marke. Zudem: Einen Inhalt können Sie unterschiedlich aufbereiten und mehrfach nutzen. Erarbeiten Sie dafür einen klugen Kommunikationsmix und leben Sie, was Sie planen.

3. MARKE PFLEGEN

Jede Alumni-Organisation ist Teil einer Unternehmung oder (Hoch-)Schule. Bitte behalten Sie den Kerngedanken einer Alumni-Vereinigung im Blick. Eine glaubwürdige Organisation agiert stets im Sinne des Markenkerns. Ereignisse, welche nicht ins Konzept passen, müssen ohne zu zögern gestrichen werden. Ein klares Profil ist Gold wert.

4. DATENMANAGEMENT

Alumni-Vereine wachsten stets. Nur wenige Austritte, oftmals im Todesfall, prägen das Jahr. Die Informations- und Datenflut nimmt damit jährlich zu. Überlegen Sie sich, was Sie wirklich brauchen und entfernen Sie Überflüssiges. Alles, ohne erkennbaren Bezug zur Strategie, können Sie beruhigt aus der Datenbank löschen.

5. SPONTAN SEIN

Heute Morgen entscheiden, am Abend treffen. Gerade für junge Menschen und Absolventen sehr attraktiv. Schicken Sie noch heute ein E-Mail an Ihre Mitglieder und laden Sie zum unkomplizierten After-Work-Apéro. Oder organisieren Sie spontan einen Lunch. Gerade, wenn wenige teilnehmen, wird die Diskussion nachhaltig in Erinnerung bleiben. Zudem ist es oft einfacher, im kleinen Rahmen neue Menschen kennenzulernen. Und ehrlich: Unkompliziertes ist doch sympathisch?

6. SENIOREN-TREFF

Wir Menschen werden älter. Auch ihre Mitglieder. Aktivieren Sie die ältere Generation mit spezifisch zugeschnittenen Veranstaltungen. Es wäre schade, wenn das Potenzial dieser Zielgruppe mit all dem Wissen verloren ginge. Nicht zuletzt sind es jene Menschen, die gerne Kapital für innovative Projekte zur Verfügung stellen.

VIEL ERFOLG!

Wie bei allen Trends werden sich gewisse etablieren, andere nicht. Seien Sie jedoch offen für neue Ideen und probieren Sie aus. Nur so erfahren Sie, was ankommt und tatsächlich Mehrwert für Ihre Mitglieder schafft.

Viel Erfolg im Alumni-Jahr 2013!

INFORMATIONEN

www.alumnitools.ch

www.imstrategies.ch