

Fulbright Seminar for German Administrators in International Education

Dr. Ute Kopka



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CAROLO-WILHELMINA
ZU BRAUNSCHWEIG

International Office

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CAROLO-WILHELMINA
ZU BRAUNSCHWEIG



1. Allgemeines

1.1. Eckdaten

- Ziel der Weiterbildung: **Inside view** des amerikanischen Hochschulsystems für Multiplikatoren
- Dauer: 14 Tage
- Zusammensetzung der Gruppe:
 - > 15 Mitarbeiter von **International Offices**
 - > 1 **Dezernentin**
 - > 3 Mitarbeiter von **Career Services**
 - > 1 **Referent** des Rektors
 - > 1 **Fundraiserin**
 - > 3 Mitarbeiter von **Alumni Services**



1. Allgemeines

1.2. Programm

- Besuch von und Gespräch mit:
 - > International Offices
 - > Career Services
 - > Alumni Affairs
 - > Fundraising
 - > Lobbyisten (Government Relations Officer)
- Einblick in **andere Bereiche**
- Verständnis für das **Gesamtkonzept**



2. Besuchte Hochschulen und andere Einrichtungen

- College of William and Mary, Williamsburg, VA
- Johns Hopkins University, Baltimore, MA
- George Mason University, Fairfax, VA
- Dickinson College, Carlisle, PA
- Penn State University, State College, PA
- New York University, New York City, NY

- Loudon County High School
- Janelia Farms
- Austauschorganisationen (CIES, DAAD, IIE)



3. Internationalisierung

- Internationalisierung staatlich verordnet
 - > **Lincoln Report**
- **Konzepte**
 - > Brain Drain
 - > „Bubble“
 - > Service Learning
 - > Austausch
 - > Kurzzeitprogramme (zwei Wochen)
 - > Dual Degrees mit englischsprachigen Partnern
 - > Off-Shores (Singapore, Dubai, China)



4. Career Services

- Ist vernetzt mit Alumni Affairs und Fundraising
- Grundlage: **hohe Identifikationskraft der Hochschule**
- **Umfasst:**
 - > Studienberatung
 - > models für decision making
 - > training in networking
 - > internships
 - > Veranstaltungen mit Alumni
 - > Bewerbungstraining
 - > Firmen rekrutieren on campus
 - > Firmenkontaktmessen



5. Alumni Affairs

- Uni = **Familie**, zu der man ein Leben lang gehört
 - > viele Absolventen werden aktive Alumni und engagieren sich für ihre ehemalige Hochschule
 - > Beispiel Penn State: 245.000 Absolventen weltweit, davon 160.000 organisierte Alumni
- **Vernetzen** Alumni untereinander
- Grundlage für die Arbeit der Fundraiser
- Arbeiten mit in der **Hochschulentwicklung**, z. B. im **Board of Trustees**
- **Umfasst:**
 - > **Datenbank** inkl. Daten über Einkommen und Besitz
 - > Zahlreiche **Veranstaltungen** (Reisen, Pferderennen, Galadinner etc.)
 - > regelmäßige **Kommunikation** (Alumni Magazine, Mails, Weihnachtskarten)
 - > **Job bank** und **Resume bank** für Alumni
 - > **Mentorenprogramme** für Studierende



6. Fundraising

- **Hervorragend ausgestattete Abteilungen** innerhalb der Universitäten
 - > Beispiel Mason: vergleichsweise kleine Abteilung = 73 Mitarbeiter
 - > Beispiel Johns Hopkins: 100 Mitarbeiter pro School
- Arbeiten in der Regel mit der erweiterten Alumni Datenbank, die auch Freunde und Förderer enthält
- Ansprache nach **annual gift** (bis 100.000 USD) und **major gift** (für besondere Projekte)
- Regelmäßige **Kontaktpflege und Kommunikation** („The best future donor is the current donor.“)
- **Ziel:** Build a culture of giving
 - > to make sure that we value the gift
 - > to do something that **makes a difference**
- „Support flows rather to **promising programs** than to needy institutions.“
- Die meisten Gelder stammen von Privatpersonen, nicht von Unternehmen
- Auch Spenden von Mitarbeitern der Hochschulen (zwischen 25% und 85%)



7. Erkenntnisse und Schlussfolgerungen

- alles hängt mit allem zusammen
- Jede der besuchten Hochschule hat sich **konkrete Ziele** und verfügt über eine **Strategie zur Hochschulentwicklung**
 - > **Investitionen und Förderung** strategisch wichtiger Bereiche, deren Ergebnisse in die Hochschule zurückfließen
 - > Beispiel Penn State: Alumni Affairs jährliches Budget von 4 Mrd. USD
- **Internationalisierung** ist ein Stiefkind amerikanischer Hochschulen
- Für die TU BS ist ein strategisches Konzept notwendig
 - > **Wer sind wir? Was ist unser Alleinstellungsmerkmal?**
 - > **Was ist unser Ziel?**
 - > **Welche strategischen Bereiche benötigen wir, um das Ziel zu erreichen? Wie müssen wir diese Bereiche vernetzen?**
- Ein Jahr nach Seminar Umstrukturierung und Schaffung einer Abteilung „International Office/Career Service/Alumni“



8. Tipps für die Teilnehmer des Seminars 2010

- Gute inhaltliche Vorbereitung
- Networking in der Gruppe
- Gastgeschenke
- Angemessenes Benehmen und Kleidung
- Homestay
- Handgepäck
- Immigration
- Telefonieren
- Internet
- Neugierig sein auf Bereiche außerhalb des „International Office“



Vielen Dank für Ihr Interesse!



International Office

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CAROLO-WILHELMINA
ZU BRAUNSCHWEIG

