

## Vier verschiedene Alumni-Strategien

Vier stark vereinfachte Alumni-Strategien im Vergleich:

### Mach-mich-nicht-nass-Strategie

---

- Alumni werden nicht auf Spenden angesprochen
  - Alumni-Manager schützen die Gemeinschaft vor dem Fundraising
  - Sie werden nur in Bezug auf die eigene Karriere + Netzwerke betreut
  - Gehofft wird, dass sie von alleine darauf kommen, irgendwann zu geben (Dank-Motiv)
- 

### Jedes-Jahr-ein-kleiner-Impuls-Strategie

---

- Jeder Alumni wird 1 x im Jahr (oder ähnlich) auf eine Spende angesprochen
  - Das in der Regel über ein Mailing oder einen anderen Mailing-Kanal oder auf Treffen
  - Spenden werden bedankt, aber ansonsten wenig „vertiefendes“ getan
- 

### 30-Jahre-warten-und-dann-aber-richtig-Strategie

---

- Es wird 30 Jahre lang in die Beziehung investiert
  - Überspringt der Alumni ein bestimmtes Alter (oder anderer Trigger wie Stellung) wird auf eine Großspende angesprochen
  - Im Kern eine Saat- und Ernte-Logik
- 

### Engagement-Center-Strategie

---

- Unterschieden wird zwischen der Alumni-Arbeit und einem Engagement-Center
  - Alumni lernen bereits als Studierende das Engagement-Center kennen, helfen dort z.B. freiwillig mit
  - Es gibt Impulse, sich zu engagieren. Zum Beispiel bei Kampagnen
  - Engagiert sich ein Alumni wird er von da ab im Engagement-Center weiter begleitet
- 

### Glossar

Ein Engagement-Center oder Engagement-Club ist die konsequente Arbeit mit einer kleinen Gruppe von Förderern, die bereit sind, mehr als der Durchschnitt zu geben.

Großspenden, Stiftungen, Vermächtnisse und andere Engagement-Arten werden zusammen gesehen. Spenderwege individuell begleitet (*Donor Centered Fundraising*).

[www.spendwerk.de](http://www.spendwerk.de)

### Kontakt

Ehrenfried Conta Gromberg  
ecg@spendwerk.de

### Spendwerk

Spendwerk GmbH  
Reindorfer Schulweg 42 b  
21266 Jesteburg