

Die amerikanischen Universitäten und ihre Ehemaligen

Michael Kurth

1 Alumni Relations - ein amerikanisches Phänomen

Für den Begriff Alumni fehlt eine treffende deutsche Übersetzung. "Ehemalige" Studenten kommt der Bedeutung nah. "Absolventen" hingegen verbinden deutsche Universitäten eher mit einem Begriff der Hochschulstatistik. Anonymisiert und aggregiert, differenziert nach Fächergruppen, Abschlüssen und durchschnittlicher Studiendauer dokumentiert die Prüfungsstatistik die Bilanz der Lehre. Für amerikanische Universitäten sind Alumni mehr als nur Absolventen, die das Studium an ihrer Universität durchlaufen.

"Alumni: They have a lifelong commitment to their alma mater, although possible a self-serving one in that the value of their degree depends on the current assessment of the institutions quality. Yet alumni are also motivated by that which the academic community frequently dismisses as emotional and irrational - love" (C. Webb, 1989).

Vom Tag der Einschreibung an ist ein amerikanischer Student bereits im System der Alumni-Organisation erfaßt. Die Universität wird sich bemühen, durch kontinuierliche Kontakte die persönliche Unterstützung des Alumnus für seine Alma Mater zu gewinnen. Daß diese Unterstützung natürlich in erster Linie finanzieller Art sein soll, überrascht nicht. Doch sollen die folgenden Abschnitte zeigen, daß Alumni-Organisationen mehr sind als die hier bekannten Vereine der "Freunde und Förderer". Die Begriffe "Verpflichtung" oder gar "emotionale Beziehung" im Verhältnis des einzelnen Studenten zu seiner Universität mögen für hiesige Verhältnisse Fremdworte sein, die unter Bedingungen der Überlast in der Lehre heute keinen Platz mehr haben.

Das ist es aber nicht allein: Die deutschen Universitäten sind bis auf wenige Ausnahmen Einrichtungen des Staates, die ausschließlich von ihm finanziert werden. Er gibt der Institution Universität als Ganze eine Bestandsgarantie. Persönliche Beziehungen zwischen Studenten und Hochschulen sind hier ohne Belang.

Für die Bedeutung der Alumni-Organisationen in den Vereinigten Staaten, die es an staatlichen europäischen Universitäten in dieser Art nicht gibt, sind in erster Linie zwei Faktoren verantwortlich:

- die starke Tradition privater Bildungseinrichtungen sowie
- ein Staat, der in seinem Steuersystem Anreize für die individuelle Unterstützung und Förderung der Universitäten schafft und damit auf eine allgemeine Steuerfinanzierung mit entsprechenden Verteilungsmechanismen verzichtet.

Die nachfolgenden Abschnitte greifen einige Aspekte des amerikanischen Hochschulsystems heraus, um die Voraussetzungen für die Beziehungen der Hochschulen zu ihren Alumni zu beleuchten. Anschließend wird die Praxis der Alumni-Organisationen dargestellt. Schließlich wird gefragt, warum es trotz unterschiedlicher Hochschulsysteme auch in Deutschland sinnvoll sein könnte, sich mit dem Alumni-Wesen zu beschäftigen und Überlegungen anzustellen, was davon auf hiesige Universitäten übertragbar sein könnte.

2 Alumni Relations - Geschichte und Tradition

1792 wurde an der Yale University die erste Alumni-Organisation gegründet, die sich zum Ziel setzte, regelmäßige Kontakte unter den Mitgliedern der Abschlußklassen aufrechtzuerhalten. In kurzer Zeit etablierten sich ähnliche Organisationen an den privaten Institutionen der Ostküste. Diese Initiativen der Absolventenjahrgänge hatten zwei wesentliche Ergebnisse:

- Die finanzielle Förderung der Universitäten durch Stiftungen und Schenkungen und
- die Gründung regionaler Alumni-Clubs in den großen Städten des Landes.

Am Williams College bezeichnete es die erste Alumni-Organisation (1821) als ihr Ziel: "...the influence and patronage of those it has educated may be united for its support, protection and improvement."

Die Alumni-Organisation der Princeton University unternahm bereits 1832 den Versuch, 100.000 \$ einzuwerben, um ein astronomisches Teleskop zu erwerben und drei neue Lehrstühle einzurichten. Als erste staatliche Universität baute die University of Michigan 1897 eine Alumni-Organisation auf.

Viele Universitäten und Colleges in den Vereinigten Staaten führen ihre Gründung auf private, religiöse oder regionale Initiativen zurück. Der ausländische Besucher stößt regelmäßig auf die Gründungsgeschichte, die häufig mit der Schenkung eines Einzelnen oder einer Familie ihren Anfang nahmen. Auch die State and Land Grant Universities, die als staatliche Einrichtungen überwiegend in der Zeit des Bürgerkrieges gegründet worden

sind, um den Zugang zur höheren Bildung für alle Amerikaner herzustellen, werden mit eindrucksvollen Initiativen einzelner Personen in Verbindungen gebracht.¹ An ihnen wird besonders deutlich, was amerikanische Universitäten in ihrem Selbstverständnis neben Lehre und Forschung als dritte gleichberechtigte Aufgabe nennen: Public Service.

Public Service oder auch Service for the Community at Large, nur ungenügend zu übersetzen mit "Dienstleistung für die Allgemeinheit", ist eine Aufgabe, die nicht allein durch die Vermehrung des Wissens im Rahmen der Forschung und der Vermittlung in der Lehre erfüllt werden kann. Public Service umfaßt vielfältige Initiativen auf dem Gebiet des Technologietransfers, der Fort- und Weiterbildung sowie der kulturellen Entwicklung einer Region. Mit Ausnahme der führenden Forschungsuniversitäten in den wissenschaftlichen Zentren der Vereinigten Staaten, die in einem überregionalen Wettbewerb um Studenten und Forschungsmittel stehen, orientiert sich der überwiegende Teil der Universitäten an den Bedürfnissen der Region.

Amerikanische Universitäten bieten also ganz bewußt wettbewerbsorientierte Dienstleistungen und Services an. Die Alumni Relations, die Pflege der Beziehung zu den Ehemaligen, sind Teil dieses umfassenden Angebotes. Alumni sollen als lebenslange Mitglieder der Universität die Interessen ihrer Alma Mater vertreten. Die Universität bietet ihnen dafür - im Anschluß an eine qualifizierte Ausbildung - Kontakte und Informationen über die Entwicklung ihrer Universität. Die Universitäten nutzen diese Verbindungen, um einflußreiche und erfolgreiche Absolventen als Berater und Förderer zu gewinnen, die die Tradition der Institution sichern und ihre Anpassung an industrielle und wirtschaftliche Entwicklungen erleichtern.

3 Financing Higher Education - Vielfältige Quellen

"Growth is our goal, profit is our measurement, survival is our reward." (Lee Iacocca) Dieses Zitat steht für die aktuelle Perspektive einer Reihe von kleineren amerikanischen Universitäten und Colleges, die angesichts eines zunehmenden Wettbewerbs um Studenten in den 90er Jahren einer ungesicherten Zukunft entgegensehen. Die Budget-Probleme des Bundeshaushalts spiegeln sich in den Universitäts-Haushalten wider. Steigende Kosten für Ausbildung, Forschung, Service und Verwaltung stehen zurückgehenden Fördermitteln aus den Haushalten des Bundes und der Einzelstaaten gegen-

¹ National Association of State and Land Grant Colleges, Serving the World. The People and the Ideas of American State and Land Grant Universities, 1987.

über. Die Kosten pro Student stiegen an den staatlichen Institutionen in den 80er Jahren jährlich um durchschnittlich 2,9 % an den privaten Universitäten betrug die Kostensteigerung 3,5 %. Diese Steigerung lag über dem allgemeinen Preisanstieg (Consumer Price Index). Private sowie staatliche Universitäten haben deswegen im Zeitraum 1980 bis 1988 ihre Studiengebühren (tuition) um zwischen 4 % und 6 % pro Jahr angehoben, um die steigenden Kosten aufzufangen und stagnierende Zuschüsse aus staatlichen Quellen auszugleichen. Es ist nicht verwunderlich, daß die Dynamik der Preisentwicklung bei den Ausbildungskosten an den Universitäten zu den Themen gehört, die heute in den Vereinigten Staaten von Universitäten, vor allem aber auch von den Eltern der Studenten an erster Stelle diskutiert werden.

Die Übersicht 1 zeigt die Quellen, aus denen sich die staatlichen und privaten Universitäten und Colleges finanzieren. (Die Prozentangaben können von Universität zu Universität erheblich abweichen, so bestreiten z.B. zahlreiche private Universitäten über 60 % ihres Budgets aus Studiengebühren.)

Übersicht 1: Finanzierungsquellen der Hochschulen (1985/86)

Finanzierungsquellen	Staatl. Hochschulen	Private Hochschulen
Studiengebühren	14 %	38 %
Bundeshaushalt	11 %	17 %
Staats- und lokale Haushalte	48 %	3 %
Spenden, Stiftungen, Verträge,	4 %	15 %
Verkaufserlöse und andere Dienste	20 %	23 %
Sonstige Einnahmen	3 %	4 %
Gesamt	100 %	100 %

Anteile in % im Durchschnitt der Jahre 1985/86
Quelle: American Council of Education, 1988

Es wird deutlich, daß besonders bei den privaten Institutionen Spenden einen erheblichen Anteil des Gesamtbudgets ausmachen. Jede Universität bemüht sich intensiv um Spenden, seien es jährliche oder einmalige Beiträge oder Sachleistungen, die als allgemeine oder zweckgebundene Zuschüsse der

Ausbildung und Forschung zugute kommen. Nach einer Erhebung des Council for Aid to Education wurden 1989 8,9 Milliarden Dollar an Universitäten und Colleges im Bereich der Higher Education gespendet, der größte Teil von Absolventen der jeweiligen Institution. Gegenüber dem Vergleichsjahr 1984 war dies eine Steigerung um 59,4 %.

Die Übersicht 2 gliedert das Gesamtvolumen der Spenden nach Spendengebern auf:

Übersicht 2: Spendeneinnahmen der Hochschulen im Jahr 1989

Spender	Betrag in Mio. \$	Zuwachs (in % 1988-1989)	Zuwachs (in % 1984-1989)
Alumni	2.929	12,2	75,6
sonst. Einzelpersonen	2.077	7,8	57,8
Körperschaften	1.947	5,1	53,2
Stiftungen	1.742	8,4	61,1
Religiöse Organisationen	237	20,0	44,5
Sonstige	632	10,0	44,5
Gesamt	8.925	8,8	59,4

Quelle: The Chronicle of Higher Education, Almanac September 1990

Das Gesamtvolumen der Spenden der Alumni sowie die Steigerungsraten vermitteln einen Eindruck von dem Stellenwert, den diese Quelle der Finanzierung hat. Nicht nur die Universitäten mit langer Alumni-Tradition wenden sich immer häufiger und intensiver ihren ehemaligen Absolventen zu, um sie für einen persönlichen finanziellen Beitrag zu gewinnen. Weil die Grenzen der Finanzierbarkeit der Studiengebühren für viele Eltern und Studenten erreicht sind, wird das finanzielle Potential der Alumni mit ausgefeilten Methoden mehr und mehr erschlossen.

4 Alumni Funds - Unabhängigkeit vom Staat

Die Prinzipien, die die Alumni-Organisation der Yale Universität 1890 festgelegt hat, haben für die Einwerbung der Spenden auch heute noch Gültigkeit:

- Die Alumni Funds sind für Spenden, Stiftungen und andere Zuwendungen aller Art offen. In erster Linie sollen Spenden nicht zweckgebunden eingeworben werden.
- Die Alumni sollen dafür gewonnen werden, der Universität regelmäßige Beträge zur Verfügung zu stellen. Diese Spenden sollen den Charakter von Dividenden erhalten, die dem Ertrag eines Vermögens der Universität entsprechen.
- Möglichst viele Alumni sollen langfristig betreut werden, um mit größerer Wahrscheinlichkeit von einzelnen Alumni besonders große Beträge oder spezielle Sachspenden einwerben zu können.

Der Erfolg ist beeindruckend. Mehr als 100 Universitäten und Colleges in den Vereinigten Staaten verfügen über ein Vermögen von über 100 Millionen Dollar. Dazu gehören als Spitzenreiter:

- Harvard University -	\$ 4.478.976.000
- Univ. of Texas System -	\$ 3.021.474.000
- Princeton University -	\$ 2.483.829.000
- Yale University -	\$ 2.336.495.000 ¹

Daß die Liste der reichsten Universitäten des Landes sich mit der Ranking-Liste der Top Ten Institutionen nahezu deckt, ist nicht weiter erstaunlich. Aus amerikanischer Sicht ist es natürlich, daß Absolventen besonders guter Universitäten größeren wirtschaftlichen Erfolg haben werden als andere. Dieser Erfolg erlaubt es den Alumni wiederum, ihre Universität großzügig zu unterstützen. Dies erklärt aber noch nicht, warum ein nennenswerter Teil der Alumni überhaupt eine persönliche Verpflichtung darin sieht, regelmäßig zu spenden, obwohl sie ihre Ausbildung bereits über die Studiengebühren bezahlt haben. Man muß hier auf ein Phänomen der amerikanischen Kultur verweisen: Philanthropy - Voluntary Support. Hierzu ein Zitat aus dem Buch von Harold J. Seymoure, Design for Fund-Raising:

"Felix Frankfurter said that business of the United States is not business, it is civilisation. And certain it is, from earlier times, that the good American has found is not enough to enrich his mind, earn a living, praise God, serve the state, raise a family, and have fun - that there has always been other work for him to do."²

¹ The Chronicle of Higher Education. Almanac September 1990.

² H. J. Seymoure, Design for Fund-Raising, 1988.

Mit privaten Spenden und freiwilliger Arbeit werden Kirchen, Schulen, Colleges, Universitäten und Museen gefördert. Die geringere Abhängigkeit von staatlicher Finanzierung soll die Entscheidungsfreiheit und die Verantwortung fördern und den Wettbewerb stärken.

Eine weitere Erklärung dafür, warum Alumni spenden, gab ein Vertreter einer mittleren privaten Universität in Colorado:

"Alumni haben ein persönliches Interesse an einer günstigen Entwicklung ihrer alten Universität. Je besser die Leistung eingestuft wird, desto höher werden die Abschlüsse aktuell bewertet. D.h. der Wert des eigenen Abschlusses bleibt mit dem Ranking langfristig verknüpft."

Noch einmal Harold J. Seymour: "It appears to be a logical corollary - assuming we all aspire to be sought and be worthwhile members of worthwhile groups that there can hardly be any stronger motivation for supporting a group or cause than simple pride of association."¹

Zwischen 50 % und 60 % der Absolventen der führenden Universitäten Colleges bringen ihren Stolz auf ihre Hochschule u.a. dadurch zum Ausdruck, daß sie regelmäßig spenden. Aber auch die Alumni kleinerer Universitäten leisten zu einem Drittel regelmäßig finanzielle Beiträge.

5 Alumni Research - Daten und persönliche Kontakte

Als Alumni werden die erfaßt, die mit einem bachelor, master, doctoral oder professional degree die Universität verlassen haben. Neben diesen Degree Alumni werden z.T. auch Studenten in die Alumni Datenbank aufgenommen, die ohne Abschluß abgehen. Zu dieser Gruppe der Nondegree Alumni gehören auch Teilnehmer an Fort- und Weiterbildungsangeboten. Die Definition der Alumni wird nicht selten auch auf Freunde und Förderer der Universität ausgeweitet.

Kernstück jeder Alumni-Betreuung ist ein Informationssystem, in dem vielfältige Daten und Informationen über jeden einzelnen Absolventen gespeichert sind. Aus den Hochschuldaten sind der Universität folgende Angaben bekannt:

¹ Vgl. Seymore, a.a.O.

- Name,
- aktuelle Adresse,
- Adresse der Eltern,
- Fakultät und Hauptfächer,
- Abschluß mit Note,
- besondere wissenschaftliche Preise oder Stipendien,
- individuelle Initiativen während des Studiums (Sport, Studentenverbindungen, Funktionen in der studentischen Selbstverwaltung).

Die Alumni-Organisation bemüht sich, im Verlauf der nächsten Jahre weitere Informationen zu sammeln und laufend zu aktualisieren:

- Name der Ehefrau/Ehemann,
- Anzahl und Alter der Kinder,
- Weitere Abschlüsse des Alumni,
- Arbeitgeber,
- beruflicher Status,
- Angaben über den Karriereverlauf.

Dies sind aber noch nicht alle Informationen, die eine professionelle Alumni-Organisation einer großen Universität sammelt. Spezielle Datenverarbeitungssysteme erlauben es, über 300 Standardinformationen pro Alumnus zu speichern und zu verwalten. So sollen über jeden ein möglichst genaues Bild seiner Interessen und Meinungen gegenüber der Universität und Aufschluß über seinen persönlichen und familiären Hintergrund gewonnen werden. Größere Alumni-Organisationen recherchieren gezielt in on-line-Datenbanken und arbeiten mit Methoden der Marktanalyse und Marktforschung. Der Zugriff auf Wirtschaftsdatenbanken, die Angaben über private Unternehmen, ihre finanzielle Situation sowie Namen und Anteile der Miteigentümer enthalten, liefert zusätzliche Informationen. Spezielle Datenbanken über private und staatliche Stiftungen stehen hierfür zur Verfügung. So kann man z.B. erfahren, welche privaten Stifter in den letzten 10 Jahren Sportstätten an Colleges und Universitäten gefördert und dabei über 100.000 \$ bereitgestellt haben.

Wichtig ist die laufende Aktualisierung der Adressen der Alumni. Nach Erkenntnissen des Council for the Advancement and Support of Education (CASE) verlieren aufgrund der hohen Mobilität in den Vereinigten Staaten etwa 40 % des Adressenbestandes innerhalb nur eines Jahres ihre Aktualität. Die Universitäten benutzen folgende Verfahren, um mit den Alumni langfristig Kontakt zu halten:

- Alle drei bis vier Monate werden den Alumni Hochschulzeitungen, spezielle Alumni-Zeitungen, Fakultätsberichte und die für amerikanische Hochschulen wichtigen Sportnachrichten zugesandt. Über kostenlose Rückantworten können die Alumni Adressenänderungen übermitteln.
- In abendlichen Telefonaktionen werden Alumni von Studenten ihrer ehemaligen Fakultät angerufen und über Neuigkeiten informiert. Dabei wird immer auch nach Kontakten zwischen den Absolventen eines Jahrganges gefragt.
- Für den Fall, daß eine Universität Adressen von Alumni älterer Jahrgänge sucht, bieten Kreditkartenunternehmen einen kommerziellen Adressenservice an. Pro Recherche bezahlen die Universitäten 6 bis 10 \$.

Alumni, die als besonders wohlhabende und einflußreiche Spender angesehen werden, genießen besondere Aufmerksamkeit. Sie werden nicht nur mit Massendrucksaften und allgemeinen Spendenaufrufen bedacht. Vielmehr pflegen Mitarbeiter der Alumni-Organisationen über Jahre hinweg den persönlichen Kontakt mit ihnen.

Fast jede Alumni-Organisation führt regelmäßige empirische Untersuchungen durch mit dem Ziel, die Alumni zu identifizieren, die ein großes Spendenpotential haben. Diese Studien werden in der Regel als Fragebogenerhebungen oder Telefoninterviews durchgeführt. Neben der privaten, beruflichen und finanziellen Karriere der Absolventen interessiert besonders das Image, das ihre alte Universität bei ihnen noch hat. Das studentische Leben soll in Erinnerung gerufen werden, indem nach den beliebtesten Studentenvereinigungen und Sportinitiativen gefragt wird. Die Serviceeinrichtungen der Universität stellen sich der Kritik der Absolventen (z.B. Admission Office, Financial Aid, Career Counselling). Und immer wieder wird gefragt, was die Universität für die Absolventen tun könne. Neben den Freizeitangeboten gewinnen die Weiterbildungsangebote, die auf den Bedarf der Absolventen zugeschnitten sind, eine zunehmend wichtige Bedeutung.

Anders als in Deutschland, wo datenrechtliche Regelungen Erhebungen und Datenbanken wie oben dargestellt sehr einengen würden, können Alumni-Organisationen in den Vereinigten Staaten öffentlich zugängliche Daten und freiwillige Angaben grundsätzlich ohne Einschränkung speichern. Dies gilt auch für Angaben über den Studienverlauf. In ihrem eigenen Interesse halten Alumni-Organisationen ihre Daten aber sorgfältig geheim. Ausnahme sind die an amerikanischen Universitäten so beliebten Success Stories, in denen erfolgreiche und prominente Absolventen der jeweiligen Universität stolz präsentiert werden.

Die Alumni-Organisationen sind meistens Teil der Universitätsverwaltung und sind personell mehr oder minder stark ausgebaut. So gibt die University of Boston an, daß von jedem eingeworbenen Dollar 25 Cent allein für Personal und laufende Kosten anfallen. Einschließlich der Kosten für die Materialien (Alumni-Zeitungen und Broschüren), Einladungen und Programme, die zum Teil nicht selbst erstellt und betreut werden, bleiben der Universität rund 60 % der Spendeneinnahmen.

6 Fundraising Model - Nutzung der Informationen und Daten

Die Alumni-Organisationen führen auch direkte Spendenkampagnen durch, in denen sie zusätzlich zu den laufenden Spenden Geld für spezielle Investitionen oder Programme einwerben. So bereitet die staatliche University of North Carolina at Chapel Hill eine Spendenaktion (Bicentennial Campaign) vor mit dem Ziel, bis zum Jahr 1995 mehr als 300 Mio. für verschiedene Programme einzuwerben. Solche Kampagnen sind ohne eine gezielte Spendenstrategie nicht zu realisieren. In erster Linie werden die Alumni angesprochen, die ihrerseits Kontakte zu Unternehmen und anderen Organisationen anbahnen.

Die Spendenbereitschaft in den Vereinigten Staaten wird generell durch steuerliche Anreize stärker gefördert als in Deutschland. Entsprechende Abschreibungen können natürlich bei Spenden an alle gemeinnützigen Einrichtungen in Anspruch genommen werden. Vertreter der Alumni-Organisationen betonen daher, daß steuerliche Vergünstigungen nie den Ausschlag für Spenden speziell an Universitäten geben, daß sie aber doch die Einwerbung sehr erleichtern.

7 Alumni Programm - vielfältige Anreize und persönlicher Einsatz

Kaum ein Absolvent dürfte bereit sein, regelmäßige finanzielle Beiträge zu leisten, wenn er sich nicht persönlich angesprochen und verpflichtet fühlt. Die Alumni-Organisationen beschränken sich deswegen nicht nur darauf, regelmäßig Spendenaufrufe zu versenden, sondern sie bieten auch umfangreiche Programme an. Basis der Alumni-Programme sind die regionalen Alumni Clubs. Die traditionsreichen Universitäten haben solche Clubs in jeder größeren Stadt in den Vereinigten Staaten, aber auch an zahlreichen anderen Orten der Welt.

Das Interesse an der Gründung solcher Clubs geht häufig von den Alumni selbst aus. Um die Unterstützung der Alumni-Organisation der American

University zu erhalten, müssen diese Clubs mindestens 25 aktive Mitglieder haben und pro Jahr mehr als \$ 625 für den Spendenfond der Universität einwerben. Die Clubs bieten ihren Mitgliedern über den persönlichen Austausch hinaus, der für viele zugleich auch geschäftliche Kontakte einschließt, zahlreiche Veranstaltungen an:

- Gastvorträge durch Mitglieder der Fakultät,
- Informationen von Administratoren der Universität,
- Sportveranstaltungen,
- Besuche von Studenten.

Besondere Aufmerksamkeit der Universität genießen jene Clubs, deren Mitglieder besonders großzügig spenden. An der Boston University kann man durch eine einmalige Spende die Mitgliedschaft in folgenden Clubs erwerben:

- President Club (25.000 \$),
- William Fairfield Warren Society (10.000-24.999 \$),
- Isaac Rich Society (5.000-9.999 \$),
- Deans Club (2.500-4.999 \$),
- 1839 Club (1.000-2.499 \$),
- Scarlet Society (500-999 \$),
- Century Club (100-499 \$).

8 Alumni-Organisationen - ein Beispiel für deutsche Universitäten?

In den Vereinigten Staaten wird eine besondere akademische Kultur gepflegt, an der die Alumni aktiv teilhaben können. Erst langsam werden an deutschen Universitäten solche Traditionen wiederbelebt, die im Zuge der jüngeren Hochschulentwicklung verloren gegangen sind. Für deutsche Universitäten gäbe es mehrere Gründe dafür, den Kontakt zu den Absolventen aufzubauen und langfristig zu pflegen.

- Das Profil der Universität:

Keine Universität verzichtet darauf, ihre Leistungen in der Forschung herauszustellen. Seltener wird auf die Absolventen und auf deren Qualifikationen aufmerksam gemacht. Kaum eine Universität weiß, welche beruflichen Positionen ihre Absolventen finden, und wie sie sich weiterqualifizieren. Mit der Aushändigung des Diplomzeugnisses reißt der Kontakt ab, wenn man

davon absieht, daß einige Lehrstühle persönliche Verbindungen zu ihren Ehemaligen pflegen.

Der Wissenschaftsrat hat in seinen Empfehlungen zum Wettbewerb im deutschen Hochschulsystem (1985) empfohlen, daß die Hochschulen Angaben zum Verbleib ihrer Absolventen sammeln. Für amerikanische Hochschulen ist es selbstverständlich darzustellen, welche Berufskarrieren und Einkommensperspektiven sie ihren Studenten vermitteln. Sie sehen sich in einem permanenten Wettbewerb um gute Studenten. An den deutschen Hochschulen ist dies noch lange nicht in Sicht, man klagt vielmehr über die Studentmassen.

- Die Finanzielle Förderung

Auch in Deutschland sind die Absolventen ein wichtiges Potential für die Hochschulen, das bisher noch ungenutzt brachliegt. Es gibt kein überzeugendes Argument gegen die Erwartung, daß zumindest ein Teil der Absolventen ihre ehemalige Universität finanziell unterstützen würde. Der Akademisierungsgrad der erwerbstätigen Bevölkerung ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Die Gruppe der potentiellen Förderer der Hochschulen ist absolut und mit ihrem Anteil an den hohen Einkommensgruppen größer geworden. Es ist also nicht einzusehen, warum die Hochschulen nicht verstärkt durch gezielte Kontakte zu Ehemaligen nützliche (auch finanzielle) Verbindungen zu Industrie und Wirtschaft aufbauen sollten.

Die Bedeutung von Drittmitteln für die Forschung wird von den deutschen Hochschulen erkannt und genutzt. Amerikanische Universitäten betrachten die finanzielle Förderung durch die Alumni aber nicht zuletzt als "Drittmittel für die Lehre". Diese Perspektive scheint in Deutschland noch gar nicht gesehen zu werden.

Abschließend eine kritische Anmerkung zum Alumni-Wesen in den USA: Die differenzierte Hierarchie der Universitäten zeigt sich auch in der Auswahl und Zulassung der Studenten sowie in der Anerkennung des erworbenen Abschlusses auf dem Arbeitsmarkt. Das vereinfachte Credo: Je höher das Prestige einer Universität, um so strenger die Auswahlverfahren, um so angesehener der Abschluß, um so sicherer die Karriere. - Die extrem selektiven Top-Universitäten wählen ihre Bewerber überwiegend aus einem ohnehin sozial und wirtschaftlich starken Bewerberkreis aus. Soziale, rassische und wirtschaftliche Minderheiten sind an den führenden Universitäten unterrepräsentiert. Dies trägt wesentlich dazu bei, daß die Absolventen dieser Universitäten dank ihrer Herkunft und Ausbildung den Selbstrekrutierungsprozeß in den führenden Positionen der amerikanischen Gesellschaft sichern.

Die Alumni-Organisationen tragen auch ihren Teil dazu bei, die Mehr-Klassengesellschaft im amerikanischen Hochschulwesen zu stabilisieren.

Konkurrenz und Wettbewerb ermöglichen in Forschung, Lehre und Studium hohe Leistungen und gute Angebote für die Studenten. Sie gelten aber nur innerhalb bestimmter Gruppen von Universitäten. Trotz der eindrucksvollen Leistungen, die auch kleinere und mittlere regionale Universitäten erbringen, ist der Unterschied zwischen den oberen und mittleren Rängen des Systems sehr groß. "Auf der einen Seite garantiert eben dieses System in immer eindrucksvollerer Form in der Forschung wie in der Lehre die intellektuelle und wissenschaftliche Vorherrschaft des amerikanischen Hochschulwesens, zumindest in seinen Spitzeninstitutionen. Gleichzeitig aber und ungeachtet manch ehrlicher und ernsthafter Versuche, die Mobilität unterprivilegierter Gruppen positiv zu beeinflussen, schreibt dieses System die enormen Unterschiede in Status, Einkommen, Berufschancen und Lebensqualität fort, die die moderne amerikanische Gesellschaft auf so nachhaltige und beunruhigende Weise bestimmen. Ist die eine Wirkung die andere wert? Beahlt die amerikanische Gesellschaft einen zu hohen Preis in sozialer Gerechtigkeit und Gleichheit für den Weltrang von Hochschulen wie Harvard, MIT und Stanford?"¹

Anschrift des Verfassers:

Michael Kurth
Universität Mannheim
Schloß
6800 Mannheim

¹ H.N. Weiler, Elitebildung und Hochschulwesen in den USA. Die Partnerschaft von Strukturen und Einstellungen. In: H. Röhrs, Hg., Tradition und Reform der Universität unter internationalen Bedingungen, Frankfurt 1987.