

Inhaltverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVIII
Symbolverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII
A Literaturgestützte Fundierung der Untersuchung	1
I. Einleitung	1
1 Problemstellung und Bedeutung des Themas	1
2 Zielsetzung der Arbeit.....	3
3 Gang der Untersuchung	6
II. Besonderheiten von Alumni-Organisationen deutscher Hochschulen und Auswirkungen auf deren Management	11
1 Grundlegende Merkmale von Alumni-Organisationen	11
1.1 Begriffsabgrenzungen und Arbeitsdefinitionen.....	11
1.2 Aufgaben und Ziele von Alumni-Organisationen	15
1.3 Charakteristische Eigenschaften und Strukturen von Alumni-Organisationen	18
2 Rahmenbedingungen für das Alumni-Management an deutschen Hochschulen.....	25
2.1 Grundlagen des Alumni-Managements	25
2.1.1 Vorüberlegungen zum Management im Hochschulsektor	25
2.1.2 Konzeptionelle Herleitung eines Managementkonzeptes für Alumni-Organisationen	26
2.1.3 Relationship-Management.....	28
2.1.4 Reputation-Management	33
2.2 Alumni-Management im internationalen Vergleich.....	35
2.2.1 Europa.....	35
2.2.2 USA	36

3	Angrenzende Tätigkeitsfelder für Alumni-Organisationen	40
3.1	Fundraising	40
3.2	Student und Career Services	44
3.3	Hochschulmarketing	45
III.	Forschungsstand und Literaturüberblick.....	49
1	Literaturüberblick.....	49
2	Bisherige empirische Forschung zum Alumni-Management im deutschen Hochschulsektor.....	52
3	Fazit der Literaturanalyse	57
IV.	Kontingenztheoretischer Bezugsrahmen	59
B	Empirische Untersuchung zum Alumni-Management an deutschen Hochschulen.....	63
I.	Design und Methodik der empirischen Analyse.....	63
1	Vorüberlegungen zum Forschungsdesign.....	63
2	Methodik der Datenerhebung	64
3	Beschreibung des Datensatzes	69
4	Struktur des Fragebogens.....	76
5	Behandlung fehlender Werte	78
6	Grundsätzliches Vorgehen bei der Konzeptualisierung und Operationalisierung von Konstrukten	82
II.	Deskriptive Analyse	85
1	Beschreibung des Zielsystems von Alumni-Organisationen.....	85
2	Beschreibung der Strukturen.....	92
2.1	Organisation.....	92
2.2	Finanzen	93
2.3	Personalstruktur	97
2.4	Mitglieder.....	99
3	Beschreibung des Leistungsspektrums	104
4	Aussagen zur Bedeutung der Gestaltungsparameter für das Alumni-Management	111

4.1	Strategische Planung	111
4.2	Finanzielle Ressourcen	113
4.3	Kooperationsverhalten	114
4.4	Außendarstellung	116
4.5	Anspruchsgruppenorientierung.....	117
4.6	Reputation und Unterstützung der Hochschule	119
4.7	Datenverfügbarkeit und -aktualität	121
4.8	Mitarbeitermotivation	122
4.9	Professionalität.....	125
5	Zusammenfassung der deskriptiven Auswertung	126
III.	Hypothesenformulierung	129
1	Grundlegende Aspekte.....	129
2	Allgemein kontingenztheoretisch begründete Kontextfaktoren	130
2.1	Organisationsgröße	130
2.2	Organisationsalter	131
2.3	Koordinationskomplexität	132
2.4	Institutionalisierung	134
2.5	Rechtsform.....	135
3	Alumni-organisationsspezifische Einflussfaktoren	136
3.1	Hochschulinterne Abhängigkeit	136
3.2	Unterstützung der Hochschule.....	138
3.3	Reputation der Hochschule.....	139
3.4	Managementkapazität	140
3.5	Finanzielle Ressourcen	140
3.6	Strategische Orientierung	142
3.7	Datenqualität.....	143
3.8	Mitarbeitermotivation	144
3.9	Kooperationsverhalten	146
3.10	Kommunikation	147
3.11	Anspruchsgruppenorientierung.....	149

4	Operationalisierung der abhängigen Zielvariablen.....	150
5	Übersicht der betrachteten Einflussfaktoren.....	152
IV.	Statistische Auswertung.....	155
1	Methodisches Vorgehen zur Hypothesenprüfung	155
1.1	Strukturgleichungsmodelle	155
1.2	Der Partial-Least-Squares-Ansatz	159
1.3	Behandlung von Interaktionseffekten.....	162
1.4	Überblick über den Aufbau der quantitativen Hauptuntersuchung	164
2	Gütebeurteilung von Messmodellen	167
2.1	Grundlagen der Gütebeurteilung	167
2.2	Gütebeurteilung reflektiver Messmodelle	168
2.3	Gütebeurteilung formativer Messmodelle	171
2.4	Gütebeurteilung des Strukturmodells	173
3	Empirische Validierung der Konstrukte	176
4	Korrelationsanalysen.....	181
5	Überprüfung der direkten Wirkungen der potentiellen Einfluss- faktoren auf den Grad der Professionalität des Alumni-Managements.....	187
5.1	PLS-Teilmodelle zum direkten Einfluss allgemeiner Kontextfaktoren	187
5.2	PLS-Teilmodelle zum direkten Einfluss Alumni- organisationsspezifischer Einflussfaktoren	188
5.3	Zusammenfassende Darstellung der Hypothesenüberprüfung in Teilmodellen	195
6	Gesamtmodell zur Erklärung der Professionalität im Alumni-Management	197
7	Analyse von Interaktionseffekten	202
8	Differenzierte Betrachtung des Gesamtmodells in Abhängigkeit der Strukturprofile von Alumni-Organisationen.....	205
9	Zusammenfassung der statistischen Analyse.....	212
V.	Limitationen der empirischen Untersuchung.....	217

C	Schlussbetrachtung	223
I.	Zusammenfassung.....	223
II.	Praxisbezogene Implikationen für das Alumni-Management	231
III.	Ansatzpunkte für die weitere Forschung	235
	Anhang	239
	Literaturverzeichnis.....	265