

## **Ein neues Buch: Hochschul Relationship Marketing**

Wettbewerb macht vor der Hochschullandschaft nicht Halt. Daher steht ausser Zweifel, dass sich Hochschulen entsprechend positionieren und Marketing betreiben müssen. Die Analyse und Pflege der Beziehungen zu den Stakeholdern einer Hochschule ist ein integraler Bestandteil eines aktiven Hochschulmarketings und daher Thema des Werkes. Neben notwendigen Hintergrundinformationen zum Hochschul Relationship Marketing ergänzen zahlreiche Praxis- und Anwendungsbeispiele das Erschliessen des Gebiets. Aus diesem Grund sind Marketingverantwortliche von Hochschulen, Alumni-Manager und Hochschulpolitiker eine zentrale Lesezielgruppe. Aber auch andere Praktiker, Wissenschaftler und Studierende in diesem Themenfeld erhalten wichtige Einblicke in das Hochschul Relationship Marketing.

Georges Ulrich gründete mit der alumni HWZ im Jahr 2003 zusammen mit einem interdisziplinären Team die erste Alumni-Organisation an einer Fachhochschule in der Schweiz. Er hat es sich zum Ziel gemacht, die Alumni-Entwicklung im deutschsprachigen Raum zu fördern. Hierzu hält er Vorträge im In- und Ausland und hat nun in Zusammenarbeit mit Rödiger Voss, Professor für Wirtschaftslehre und Lernmanagement an der HWZ, das Buch "Hochschul Relationship Marketing" publiziert. In diesem Buch kommen namhafte Referenten der frühen Stunde, wie z.B. Toni Schmid, Geschäftsführer FH SCHWEIZ, zu Wort. Und es geht nicht zuletzt auch um das Erfolgsrezept für hohe Verbleibraten von Studierenden in den Alumni-Organisationen. So zum Beispiel liegt die Verbleibrate von Studierenden in Deutschland bei ca. 2-4 %, wogegen bei der HWZ ca. 60 % gehalten werden können.