

‘Het zijn de beste ambassadeurs van je school’

Nog veel te **winnen met alumnibeleid**

Dat afgestudeerden kunnen bijdragen aan de verbetering van onderwijskwaliteit in het mbo en hbo, daarvan is iedereen wel overtuigd. Een prioriteit is het echter niet, blijkt uit onderzoek. Groen Onderwijs peilde bij een aantal groene onderwijsinstellingen hoe ze met alumni omgaan.



Reünie op de locatie Horst ter gelegenheid van 100 jaar Citaverde College

Uit een rapport (zie kader) van *Like to Share*, een initiatief over de impact van technologie op onderwijs, blijkt dat hogescholen en roc's een onvoldoende scoren voor hun alumnibeleid. Hoewel 90% van de bevroegde 25 instellingen aangeeft dat alumni kunnen bijdragen aan de verbetering van onderwijskwaliteit, geeft slechts 20% van hen aan dat alumnibeleid een prioriteit is. Bovendien worden structureel onvoldoende FTE en financiën vrijgemaakt om het alumnibeleid duurzaam op te nemen in de organisatie. Vakblad Groen Onderwijs vroeg bij een groene hbo-instelling (Stoas Wageningen Vilentem Hogeschool) en twee groene mbo-scholen (Citaverde College en Edudelta) hoe het zit met hun alumnibeleid.

Belangrijk

Vertegenwoordigers van alle drie de scholen geven aan dat oud-leerlingen en -studenten inderdaad van grote waarde zijn. "Het is belangrijk om contact met alumni te houden, want we komen ze altijd tegen in het werkveld", zegt Jos van Meegen, directeur bij Stoas Wageningen Vilentem Hogeschool. "Al moet ik wel eerlijk toegeven dat we door de verhuizing van een aantal jaren geleden een tijdje te weinig aandacht aan ze hebben besteed."

Ook bij Citaverde College is beleid ingeruimd voor alumni, maar zover zijn ze bij Edudelta nog niet, vertelt Manon Kluijfhout, die bestuurssecretaris is bij de onderwijsgroep. "Met een aantal aoc's zitten we nu in een pilot, maar die bevindt zich op dit moment nog in het onderzoekstadium. We hebben wel de ambitie om beleid te ontwikkelen, waarbij we oud-leerlingen willen betrekken bij het onderwijs. Dat is het ideaal, maar zover is het nog niet."

Ambassadeurs

Oud-leerlingen een rol laten spelen bij het onderwijs gebeurt al wel op het Citaverde College. "Het zijn de beste ambassadeurs van je school", aldus Sophie van Kasteren, hoofd Marketing & PR en verantwoordelijk voor de alumni. "Ik kan aankomende leerlingen wel vertellen hoe goed Citaverde is, maar als oud-leerlingen dat doen heeft het veel meer waarde." De alumni worden breed ingezet op het Citaverde. "Ze vertellen de

huidige leerlingen over hun werk en laten leerlingen op bedrijfsbezoek komen. En ook op open dagen zijn alumni aanwezig, waardoor toekomstige leerlingen een up to date beeld krijgen van een beroep."

Ook bij Stoas Wageningen Vilentem Hogeschool wordt graag 'gebruik' gemaakt van de oud-studenten. Zo is er een enquête uitgezet onder afgestudeerden om mee te denken over het instellingsplan. "En dit voorjaar laten we de werkveldcommissies kijken naar curricula, waarbij de alumni ook een rol hebben", aldus Van Meegen.

ONDERZOEKSRISULTATEN

In opdracht van *Like to Share* hebben Markteffect en Academy-S onderzoek gedaan naar de stand van zaken omtrent alumnibeleid binnen het mbo en hbo in Nederland. Naar aanleiding van gegevens die verstrekt werden door 25 mbo- en hbo-instellingen kwamen de onderzoekers onder andere tot de conclusies die hieronder worden genoemd. Het hele rapport is te lezen op www.alumnirelaties.nl.

- Strategisch alumnibeleid staat binnen het hbo en vooral het mbo nog in de kinderschoenen (60% gestart tussen 2008 en 2015 en 24% nog niet gestart).
- Er zijn lage budgetten en weinig fte beschikbaar voor alumnibeleid.
- Om echt gedegen strategisch alumnibeleid te kunnen voeren, moet het management veelal eerst stappen zetten om er handen voor vrij te maken.
- Het registreren van alumni en het up-to-date houden van hun gegevens gebeurt op dit moment binnen circa de helft van de onderwijsinstellingen.
- Alle hbo-instellingen en 67% van de mbo-instellingen bieden faciliteiten aan alumni, zoals een nieuwsbrief, een alumnidag en een alumnivereniging.
- Vooral respondenten binnen het hbo vinden dat hun school goede mogelijkheden heeft om te communiceren met alumni.
- Men denkt op grote schaal dat alumni bereid zijn om hun tijd, talent en/of netwerk te delen, maar actief om sponsoring voor onderwijs vragen is nog een brug te ver.
- Meer dan negen op de tien ondervraagden is van mening dat inzet van alumni kan bijdragen aan de verbetering van de onderwijskwaliteit en de aansluiting met het werkveld.
- In de praktijk ziet een lager aandeel die voordelen op dit moment al daadwerkelijk terug.
- Er liggen nog kansen op het vlak van het gebruiken van alumni als ambassadeurs in communicatie-uitingen van de onderwijsinstelling.



*Jos van Meegen:
“gelukkig zijn alumni
via sociale media wel
goed te benaderen”*

Registratie

Uit het onderzoek van *Like to Share* blijkt dat de helft van de onderwijsinstellingen op dit moment alumni registreert en hun gegevens up to date houdt. Vooral dat laatste blijkt in de praktijk erg lastig. “Afgestudeerden wordt wel gevraagd de adresgegevens achter te laten, maar als iemand door bijvoorbeeld een vervolgstudie of een baan verhuist en dat niet doorgeeft, dan ben je die kwijt”, zegt Kluijfhout, die sinds een jaar de alumni in haar portefeuille heeft. “Gelukkig wisselen jongeren naarmate ze ouder worden wel minder vaak van e-mailadres.” Van Meegen beaamt dat het up to date houden van adresgegevens lastig is, “maar gelukkig zijn alumni via sociale media wel goed te benaderen.”

Citaverde pakt het anders aan, daar krijgen de leerlingen een diplomamap waarin staat hoe ze zich op het speciale alumnigedeelte van de Citaverde website kunnen aanmelden. “Daar vinden ze veel foto’s, interviews met docenten en nieuws dat interessant voor hen is”, zegt Van Kasteren. Zij denkt dat alumnibeleid bij universiteiten en hbo-instellingen meer zoden aan de dijk zet dan voor het mbo, omdat voor veel leerlingen het mbo geen eindonderwijs is. “Dat zie ik ook aan de aanmeldingen. Sommigen doen dat pas jaren nadat ze van school af zijn gegaan en zich beginnen af te vragen hoe het met hun oud-klasgenoten is.”

Binden

Om alumni te binden moet je ze natuurlijk ook wat bieden. Zo krijgen de studenten van Stoas Wageningen Vilentum Hogeschool bij hun diploma-uitreiking een voucher voor een persoonlijk consult of om een workshop te volgen.

“Ook hebben we budget vrijgemaakt en een reünie georganiseerd, iets wat we standaard willen gaan doen”, zegt Van Meegen. “Daarnaast hebben we vakinhoudelijke terugkomdagen, al merken we wel dat het steeds moeilijker is voor afgestudeerden om daarvoor vrij te krijgen. Uiteindelijk willen we fysieke ontmoetingen organiseren en die in een virtuele omgeving overeind houden.”

Ook bij Citaverde onderkennen ze het belang om oud-leerlingen iets te geven. “We hebben een aantal plannen die we nu aan het uitwerken zijn, zoals het bouwen van sectorspecifieke communities”, aldus Van Kasteren. “Want je moet er wel voor zorgen dat je ze iets te bieden hebt, anders komen ze nooit meer terug.” ■



Sophie van Kasteren : “Ik kan aankomende leerlingen wel vertellen hoe goed Citaverde is, maar als oud-leerlingen dat doen heeft het veel meer waarde”

STAPPENPLAN

Naar aanleiding van het onderzoek is een stappenplan voor scholen opgesteld. Dat begint ermee dat scholen een draagvlak voor strategisch alumnibeleid moeten creëren. Daarna moet voor de registratie en het up-to-date houden van alumigegevens (ook interessant wat betreft nascholing) gezorgd worden. Het aanbieden van faciliteiten (website, nieuwsbrief, etc.) is de volgende stap, gevolgd door het inzetten van de alumni (tijd, talent, netwerk). Dit resulteert niet alleen in een onderwijsverbetering, maar geeft de afdeling Marketing en Communicatie van een school ook de kans om de reputatie te versterken.