

Börsen-Zeitung

Wertegemeinschaft leben

Drei starke Wirkungsbereiche – ein gemeinsames Ziel – Netzwerke profitieren vom Engagement

02.07.2025

Der Begriff Alumni in seiner heutigen, modernen Form umfasst Absolventinnen und Absolventen einer Bildungseinrichtung, die über den formellen Abschluss hinaus in Verbindung bleiben – als Wissens- und Wertegemeinschaft oder Karriereplattform.

In genau diesem Sinne agiert der im November 2023 gegründete Verein ADG Alumni e.V.. Er versteht sich als Heimat der rund 12.000 Absolventen des Genossenschaftlichen Bankführungsseminars (GBF) und des Trainingsprogramms Oberste Personalebene (TOP) der Akademie Deutscher Genossenschaften e.V. (ADG) sowie der Bachelor- und Masterstudiengänge der ADG Business School auf Schloss Montabaur. Seine Vision „Unser Netzwerk schafft Verbindungen, teilt Wissen und gestaltet Zukunft“ gibt die Richtung vor, mit der die Verantwortlichen rund um den frisch gewählten Präsidenten des Mittelstandverbundes (ZGV) Günter Althaus dem Netzwerk Leben einhauchen.

Der ADG Alumni-Verein konzentriert sich in seiner Arbeit auf drei Wirkungsbereiche:

Community – Durch Veranstaltungen wie die Alumni e.V. Mitgliederversammlung, die Alumni-Tagung, das Alumni-Dinner und regionale Schlossgespräche werden Verbindungen geschaffen, persönliche Begegnungen kommen zustande. Besonders eindrucksvoll erfolgte dies zuletzt bei der 500. GBF-Jubiläumsveranstaltung und dem

Alumni-Sommerfest. Die rund 200 Gäste erlebten unter der Schirmherrschaft der rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt eine begeisterte Feier mit herausragenden Podiumsdiskutanten aus 45 Jahren GBF sowie Verbundvertretern und einer inspirierenden Keynote.

Collaboration – Alumni greift Zukunftsthemen auf. Seit der Gründung hat ADG Alumni durch drei Themenstudien mit den Titeln „Frauen im Management“, „Young Executive Managers“ und „55+ – Gestaltung des Übergangs“ wissenschaftlich begleitete Grundlagenarbeit geleistet, die in der täglichen Führungs- und Personalarbeit der genossenschaftlichen Unternehmen eingesetzt und genutzt werden kann.

Reputation – Durch die Auszeichnung besonderer Leistungen, zum Beispiel beim Alumni Award oder beim Alumni-Absolventen-Dinner und dazu passender Öffentlichkeitsarbeit schafft ADG Alumni eine positive Imagewirkung für die genossenschaftliche Finanzgruppe,

den einzelnen Alumnus beziehungsweise die einzelne Alumna und die entsendende Genossenschaft.

Die drei Wirkungsbereiche bieten dem Mitglied auf vielfältige Weise die Möglichkeit, herausragende Persönlichkeiten kennenzulernen, sich zu vernetzen und an Praxiswissen sowie Erfahrungsberichten zu partizipieren. Gerade letztere zeigen immer wieder, wie wertvoll es ist, auch über die eigene Seminargruppe hinaus bundesweit Meinungen und Tipps einholen zu können oder einen persönlichen Rat in anspruchsvollen Entscheidungssituationen zu erhalten. Das geht nicht von jetzt auf gleich, sondern nur durch Investitionen in Beziehungen, Vertrauen und Gemeinschaft, eben als Teil einer großen Wertegemeinschaft.

Um diesen Anspruch erfüllen zu können, gibt es die Vernetzung von Alumni-Community und dem Alumni-Verein. Denn neben der Mitgliedschaft von Einzelpersonen ist die Option der institutionellen Mitgliedschaft ein nachhaltiges Bekenntnis zur Bedeutung der Alumni-Arbeit. Geben doch gerade die persönlichen und institutionellen Mitgliedschaften dem Verein finanzielle Stabilität und vielfältige Optionen, die Alumni gezielt und dauerhaft zu fördern sowie das Netzwerk nachhaltig zu stärken.

Mehr als das Wiedersehen

So wie Europa mehr ist als die Summe seiner Mitgliedstaaten, bietet die Alumni-Community im genossenschaftlichen Verbund eine verbindende Plattform – etwas Größeres, das den Zusammenhalt stärkt und den Dialog über die eigene Seminargruppe hinaus fördert. Erfolgsbeispiele wie Hans Joachim „Aki“ Reinke, Vorstandsvorsitzender von Union Investment, zeigen, wie wertvoll Netzwerkarbeit ist: Seit 1995 ist er persönlich in jedem (!) GBF als Gesprächspartner dabei – ein eindrucksvoller Beleg für die Bedeutung persönlicher Beziehungen.

Für die Unternehmen der genossenschaftlichen Finanzgruppe sind beispielsweise die Kontakte zu den Alumni-Award-Gewinnern und den Studienergebnissen wertvolle Inspirationsquellen. Durch die stärkere digitale Vernetzung mit der Alumni-Öffentlichkeitsarbeit und der Alumni-Plattform können Image- und Attraktivitätspunkte für das eigene Unternehmen gesammelt werden. Dies hilft nicht nur bei der Gewinnung von Talenten, sondern zahlt zusätzlich auf die Arbeitgebermarke Volksbanken Raiffeisenbanken insgesamt ein. Dies können die Genossenschaftsbanken auch für ihr Personalmarketing nach innen nutzen: Erfolgreiche Alumni zeigen mögliche Karrierewege innerhalb der Bank auf und können damit die Mitarbeiterbindung stärken.

Netzwerke brauchen Kontinuität, Vertrauen und persönliche Bindungen. Deshalb ist nicht nur die Einzelmitgliedschaft wichtig, sondern gerade auch die institutionelle Mitgliedschaft ist ein klares Bekenntnis zur Bedeutung der Alumni-Arbeit. In Regionen, in denen Menschen besonders lange und

zufrieden leben – den sogenannten Blue Zones – spielt eine starke, persönliche Gemeinschaft eine zentrale Rolle.

Genau diesen Wert verkörpert denn der ADG Alumni Verein: Er bietet eine dauerhafte Verbindung in einer Wertegemeinschaft, in ein Netzwerk, das verbindet, stärkt und Zukunft gestaltet, in das es sich lohnt, zu investieren und mitzuwirken.