

22. April 2026 - Community Leads

Agenda

1. Kurze Vorstellungsrunde
2. Allgemeine Informationen zu HSLU Alumni
3. «Hands-on»-Informationen
4. Workshop
5. Übergang zum Apéro in der Perron-Lounge im 5. OG

Allgemeine Informationen zu HSLU Alumni

Aktuelle Zahlen

- 4'117 Premium-Member (2025: 3'405)
 - davon 1'649 kostenlose «Premium Rookies»
- 8'964 Basis-Member (2025: 7'665)

Total: 13'081 Mitglieder (2025: 11'070)

- 32 Communities
- Über 40 Benefits

Rückblick 2025: Events

Insgesamt haben wir 2025 (inkl. Community-Events) **über 50 Events** durchgeführt.

Grossanlässe:

- Neujahrsanlass (118 TN)
- Grillfest (99 TN)

2025 haben wir zum ersten Mal einen **Family Day** im Tierpark Goldau mit 50 TN durchgeführt.

Zudem haben wir viele kleinere Events wie z.B. **Firmenbesichtigungen** (Dätwyler IT Infra, Luzerner Bier, Renergia), **Baustellenbesichtigung** Rösslimatt, **Musiktheater** Sursee oder **Joint**

Event mit der EHL auf dem Pilatus organisiert.

Online-Events (Lunch&Learn)

- Kurze Fach-Inputs über Mittag
 - Thema Digital Readiness & AI-Literacy (Wirtschaft, Nadine Stutz) > 13 TN
 - Thema Mobile Banking/Payment (Informatik, Oliver Hirschi) > 13 TN
 - Thema Prävention und BGM (Soziale Arbeit, Christina Meyer und Julia Ritter) > 28 TN

Rückblick 2025: Präsenz an Departementen / bei Studierenden

- Neue Flyer in Diplommappen für Bachelor- und Master-Absolvent:innen
- Weiterführung Sponsoring Fotobox Diplomfeiern
- Sponsoring OneHSLU Party im April (100 Alumni-Bier)
- Roadshow durch die Departemente mit Merch-Artikeln und Glücksrad

Rückblick 2025: Social Media



Followers: 2'355
Anstieg 2025: 539



Followers: 448
Anstieg 2025: 120

*Stand 10. Februar 2026

Events 2026

- 14. Januar: Neujahrsanlass (160/200)
- 6. Februar: Militärflugplatz Emmen (15/15)
- 19. Mai: Victorinox (20/20)
- 1. Juni: Pilatus Aircraft (40/40)
- 19. August: Grill & Chill im Lido Beachhouse (98/150)
- 11. September: Thermoplan (28/48)
- 28. Oktober: Kostümfundus Luzerner Theater (27/36)
- 11. März: Learn & Lunch: Einsatz von KI bei Schweizer Banken (31)
- 27. Mai: Learn & Lunch: Kreislaufwirtschaft in der Schweiz (2)

Neue Communities

- SheConnect
- Public Management

- Legacy of Learners
- Quereinsteigende Tourismus und Hotellerie
- Digital Health
- Marketing, Kommunikation und Konsum im Wandel
- OBM Club

"Hands-on"-Informationen

Planung von Events und Erfassung auf Plattform

- Bei der Planung eines Events bitte immer kurz auf der Plattform überprüfen, ob es zu keinen Datumsüberschneidungen mit einem anderen Event kommt. Kontrolliert jeweils auch, ob ein Event (welcher beispielsweise von einem Institut oder Departement durchgeführt wird) nicht bereits schon auf der Plattform ist, um Doppelungen zu vermeiden.
- Bei «Name des Veranstalters» ist es wichtig, dass ihr jeweils nur eure Community eingibt.
- Event bitte erst live schalten, wenn alle Informationen vollständig sind.

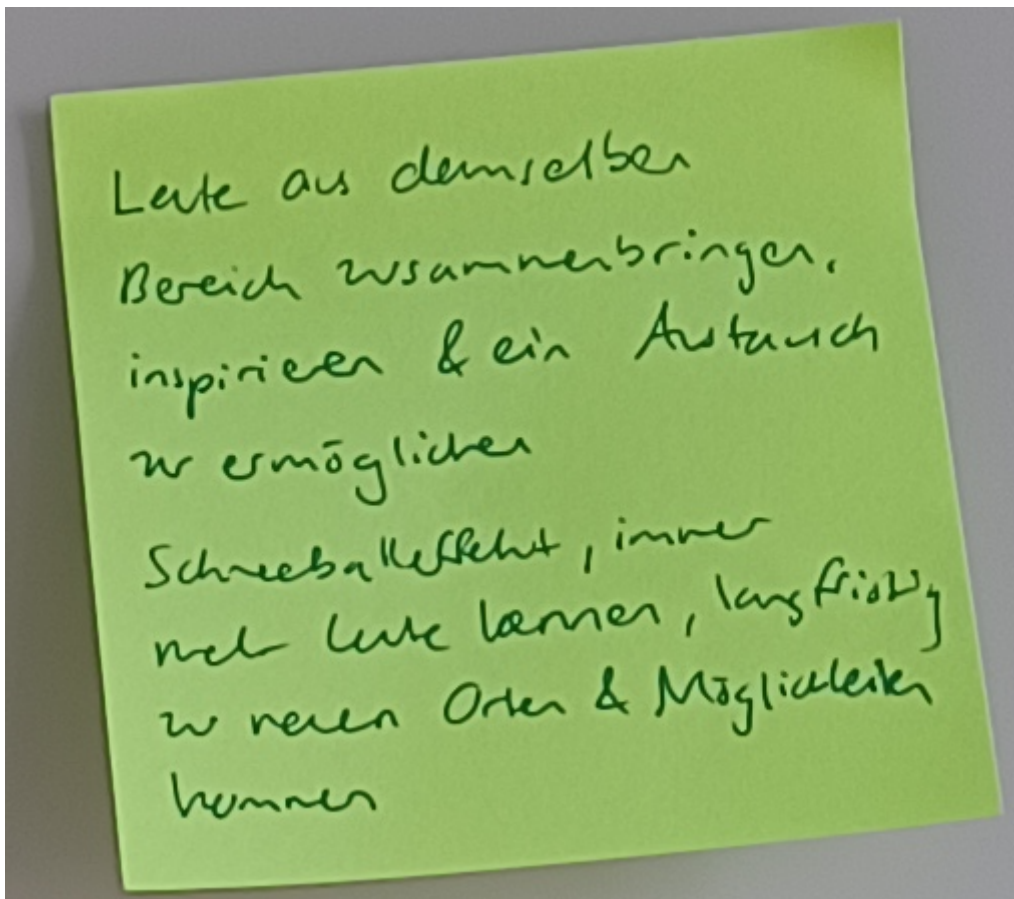
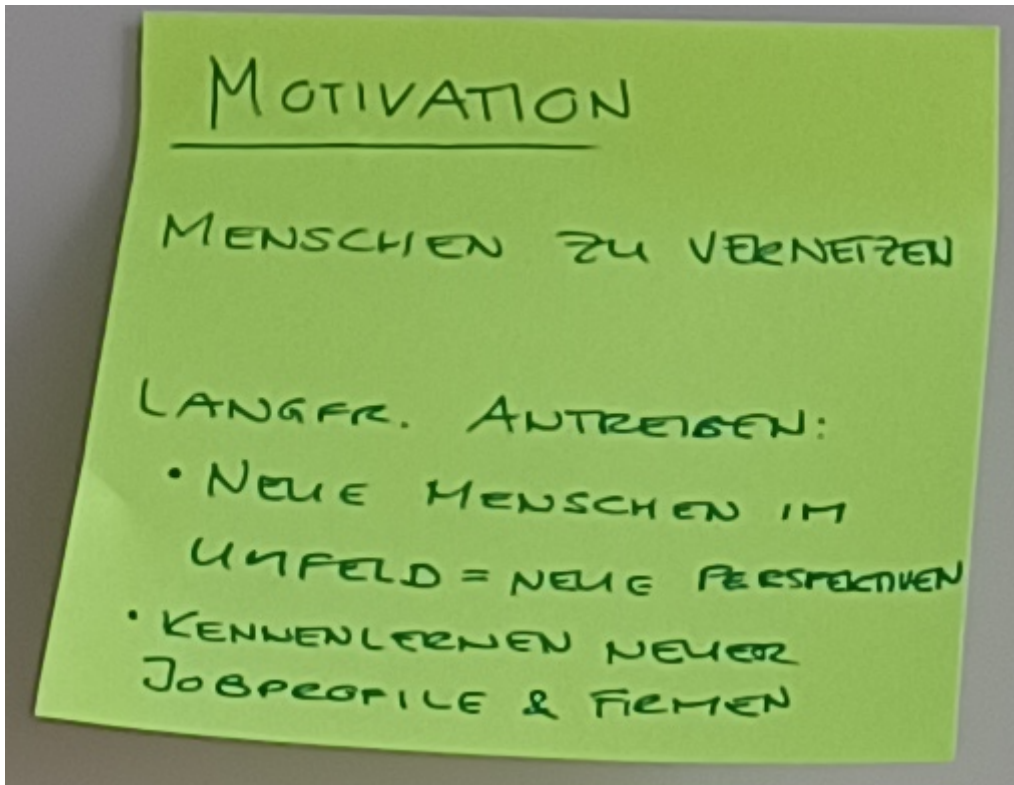
Social Media & Bildrechte

- Auf Social Media gibt es jeweils eine Monatsvorschau zu allen Events im kommenden Monat. Damit eure Events berücksichtigt werden können, müssen sie bis Mitte des Vormonats auf der Plattform erfasst sein.
- Gerne können wir auf Social Media einen Rückschau-Post zu eurem Event machen. Hierfür benötigen wir Bilder vom Event sowie ein kurzes Feedback dazu, wie der Event war. Und falls ihr selber auf eurem LinkedIn- oder Instagram-Profil einen Post macht, dann gerne HSLU Alumni markieren.
- Bitte beachtet bei euren Bildern, welche ihr für die Community und eure Events benötigt, immer die Bildrechte und klärt ab, ob und wie HSLU Alumni diese Bilder verwenden darf.
- Beim Verwenden von KI-Bildern ist es wichtig, dass diese entsprechend gekennzeichnet werden.

Workshop

1. Was ist deine Motivation, Community Lead zu sein – und was treibt dich langfristig an?
2. Wo siehst du den grössten Mehrwert deiner Community für die Mitglieder? Und woran merkst du, dass dieser Mehrwert wirklich ankommt?
3. Wo können wir dich in deiner Arbeit als Community Lead noch besser unterstützen? Was würde deine Arbeit spürbar einfacher oder wirkungsvoller machen?
4. Welche Formate oder Aktivitäten funktionieren bei euch besonders gut – und warum?

1. Motivation



Sinnvolle Aufgabe
wichtig für eine
Hochschule

Teil des
Stellenbeschriebs

Spannend mit
Ehemalige in
Kontakt zu sein

①

Ausbau
Netzwerk.
Impulse
empfangen.

Motivation - Teil des
Jobs / Stellenbeschreibs

1. - Help Alums - to counsel
- filler paper
for job

2. - with diverse

3. - Case Study / Learning

- Handbook

Plan for other

- schön, auf "ungewöhnliche"
Weise mit Menschen
verbunden zu sein

→ nicht nur fachlich, sondern
über ein Interesse



Revision #2

Created 6 May 2026 15:18:54 by Tobias Zeier

Updated 6 May 2026 15:41:41 by Tobias Zeier