

# WU Alumni.News



20 Jahre WU Alumni Club: ein Grund zu feiern! Das war das Jahresfest 2015 des WU Alumni Clubs

> Seite 11–13

Österreichische Post AG / SponsoringPost 02/03/02 5



aber ich würde es für den WU Alumni Club nuancieren. Ich glaube, dass wir in den letzten Jahrzehnten eine allgemeine Verstärkung des Wettbewerbsdenkens erleben, und mit der Verstärkung dieses Denkens kommt auch die stärkere Bindung an die Institutionen, die einen geprägt haben. Dieses Wettbewerbsdenken führt dazu, dass eine Universität wie die unsrige auch zunehmend darüber nachdenkt, wie sie ihre Studierenden an die Universität binden kann. Aber nicht nur wie wir sie binden können, nachdem sie bei uns studiert haben, sondern auch wie wir sie anziehen können, überhaupt zu uns zu kommen. Außerdem glaube ich, die gute Qualität der WU-Studierenden führt dazu, dass unsere Absolvent/inn/en im Arbeitsmarkt gut unterkommen und dass sie wissen, dass sie das zu einem gewissen Teil dieser Ausbildung schulden. In dieser sozialen Situation passt es sehr gut, dass

Beispielen sieht man, dass Alumni-Arbeit und Karrierearbeit viel miteinander zu tun haben. Die Zusammenarbeit zwischen den drei Subeinheiten der WU hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt, aber ich sehe noch mehr Potenzial dafür. Die Absolvent/inn/en sehen die WU als einen zentralen Ort ihrer persönlichen



Entwicklung. Das ist nicht nur eine Frage der Vernetzung, sondern auch eine Frage der Karriereförderung.

**Marberger:** Herr Schnedlitz, als Sie im Jahr 1998 die Leitung des WU Alumni Clubs übernommen haben, war es Ihnen ein wichtiges Anliegen, den Servicecharakter zu stärken und die Alumni in den Mittelpunkt zu stellen. Wie sind Sie damals vorgegangen?

**Schnedlitz:** Ich habe damals eine Analyse gemacht und ein Konzept erstellt, das aus Aspekten des Service- und Produktmarketings bestand. Die WU-Absolvent/inn/en sind eine harte Zielgruppe, da sie

## „Zu Beginn glaubten viele, der WU Alumni Club hänge mit Aluminium zusammen – so neu war die Idee“

**Gipfeltreffen:** Ein Gespräch über die Entwicklung des WU Alumni Clubs

**Marberger:** Der WU Alumni Club wurde vor 20 Jahren gegründet. Seitdem ist viel passiert. Wenn Sie sich an die Anfänge erinnern und daran denken, wie der WU Alumni Club heute dasteht, was hat sich verändert? Was waren die Meilensteine?

**Sporn:** Wir wollten damals die WU näher an ihre Absolvent/inn/en heranführen und mit dem WU Alumni Club eine gute Mischung aus sozialem Netzwerk und Verbindung zur Alma Mater herstellen. Aus heutiger Sicht ist das auch gelungen. Wenn ich mich an die frühen Jahre erinnere, in denen Peter Schnedlitz den WU Alumni Club geleitet und mit viel Schwung sein Erfolgskonzept umgesetzt hat, fallen mir natürlich auch die tollen Jahresfeste und die rasant steigenden Mitgliederzahlen ein. Aber auch das Bestreben, die Vernetzung unter den Alumni zu stärken und die inhaltliche Attraktivität der WU nach außen sichtbar zu machen, war schon damals ein wesentlicher Aspekt und ist es bis heute geblieben. Im Unterschied zu den Anfängen ist der WU Alumni Club heute etabliert

und viel stärker in die WU integriert. Damit meine ich einerseits die visuelle Integration mit der Schaffung einer eigenen Submarke, andererseits die Schaffung eines eigenen Teams für den WU Alumni Club und die inhaltliche Anbindung an das Vizerektorat. Das war ein ganz wesentlicher Schritt für die Entwicklung des WU Alumni Clubs. Es wissen nur wenige, dass der WU Alumni Club ein Verein ist, er wirkt als integrativer Teil der WU und das war auch die Intention.

**Schnedlitz:** Es hat sich auch der Bekanntheitsgrad des WU Alumni Clubs sehr verändert. Ich kann mich erinnern, dass in den 90er-Jahren viele glaubten, der WU Alumni Club hänge mit Metallverarbeitung zusammen, weil „Alumni“ mit dem Metall „Aluminium“ in Verbindung gebracht wurde. Es hat damals zwar schon einen Absolvent/inn/enverein der Universität Wien gegeben, aber der Alumni Club, wie er an der WU entstand, war neu. Heute gehört ein Absolvent/inn/enverein zu einer internationalen Universität einfach dazu.

**Sporn:** Ein weiterer Meilenstein war sicherlich die Internationalisierung. Ich kann mich noch sehr gut an das erste internationale WU-Alumni-Treffen mit dem Rektorat in New York erinnern, das von einer ganz besonderen Qualität geprägt war. Heute ist der WU Alumni Club in 43 Städten der Welt mit einer Vertretung, einem sogenannten Hub, präsent und bietet seinen Mitgliedern ein internationales Netzwerk, das stetig wächst. Nicht unbedingt ein Meilenstein, aber auf jeden Fall ein Höhepunkt ist das Jahresfest des WU Alumni Clubs. Dieses Großereignis, bei dem mehr als 800 Gäste aus Wirtschaft, Forschung und Lehre sowie Medien zusammenkommen, soll alle Alumni zusammenbringen.

**Marberger:** Es hat sich in den letzten 20 Jahren auch viel im Verhältnis zwischen Universität und Studierenden verändert. Mir scheint, es besteht heute mehr Interesse, die Absolvent/inn/en an die Universität zu binden. Wie sehen Sie das?

**Badelt:** Generell ist das schon so,



Peter Schnedlitz, Stephanie Marberger, Barbara Sporn und Christoph Badelt

Alumni-Clubs gebildet werden und dass in unseren Gesellschaften diese Bindung entsteht.

**Sporn:** Ich möchte an dieser Stelle ergänzen, dass sich die WU damals bewusst entschieden hat, drei Submarken aufzubauen: das WU ZBP Career Center, die WU Executive Academy und den WU Alumni Club. An vielen internationalen

in vielen Clubs Mitglied sind. Man muss sehr konkreten Nutzen stiften, um sie von einer Mitgliedschaft zu überzeugen. Der Nutzen muss auch entsprechend kommuniziert werden. Deshalb war für mich klar: Klotzen und nicht kleckern! Wir haben damals begonnen, auf der letzten Seite der „WU Alumni.News“ prominente Personen wie zum Beispiel >>>



Johnny Warangkula Jjupurula, Cave Coroboree Dreaming, 1971, synthetische Polymerfarbe auf Sperrholzplatte, 42 x 30 cm, © Sammlung Essl Privatstiftung, Fotoarchiv: Graham Baring, Melbourne

## Auf den Spuren reisender Bilder

Alumni Club konnte sich das nicht entgehen lassen und lud zur exklusiven Kunstführung.

Auch wenn die Kultur der australischen Ureinwohner/innen mehr als 30.000 Jahre alt ist, existiert die verkäufliche Kunst erst seit den 1970er-Jahren. Bis vor 45 Jahren wurden ausschließlich temporäre „ground paintings“ für Feste und Zeremonien sowie Höhlen- und Rindenmalereien angefertigt. Auch die Körperbemalung war ein wichtiger Aspekt des künstlerischen Schaffens. Den als Nomad/inn/en lebenden Ureinwohner/inne/n lag es fern, Generationen überdauernde Werke zu gestalten.

Erst Jeff Gorden forderte Jugendliche dazu auf, Stammeszeichen und Muster typischer Körperbemalungen auf Leinwänden zu verewigen. Es entstanden „reisende Bilder“, die von Touristinnen und Touristen in die ganze

Welt getragen wurden. Weiße Kreise für Wasserlöcher, Pfeile als Emu-Spuren, die wiederum zu Wasserlöchern führen, aber auch die Zeichen für hockende Menschen sind gerade für die ersten Schaffensjahre charakteristisch. „Dot paintings“ – Punkte, die eine Linie ergeben – beherrschen die frühen Werke.

Ein Schwerpunkt sind bemalte Eukalyptusrinden. Die überwiegend mit Erdpigmenten bemalten Rindenteile wurden für Rituale, aber auch als Windschutz genutzt. Auch hier kommt wieder zum Tragen, dass nichts für die Ewigkeit gefertigt wurde und somit ausschließlich Werke gezeigt werden, die explizit für den Verkauf hergestellt wurden.

„I am not sorry“  
Hervorzuheben sind die Werke von Emily Kame Kngwarreye, die erst im Alter von 80 Jahren zu malen be-

gann. In ihrer kurzen Schaffenszeit entwarf die in einem Reservat lebende Dame unzählige Werke, die ursprünglich nur die Yamswurzel thematisierten. „I am not sorry“ prangt in großen Lettern auf einem farbenfrohen Bild. Der Titel des von Richard Bell gemalten Werkes lautet „It wasn't me“. Es setzt sich mit der Geschichte des „National Sorry Day“ auseinander. Erst im Jahr 2011 entschuldigte sich die Regierung Australiens für die Verschleppung von Aborigines-Kindern in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Auch den neuen Medien, wie der Fotografie, wird Beachtung geschenkt.

Noch bis Mitte August können Interessierte im Essl Museum in Klosterneuburg in die Welt der Ureinwohner/innen Australiens eintauchen. Lassen Sie sich von den reisenden Bildern entführen und lernen Sie die Kunst der Aborigines kennen. **J**

Es ist nicht das erste Mal, dass sich das Essl Museum der Kunst der Ureinwohner/innen Australiens verschrieben hat.

Noch bis August thematisiert die Ausstellung „Aboriginal Art“ die Entwicklung dieser Kunst von den 1970er-Jahren bis heute. Der WU

## Ich handle – also denke ich?

Im März 2015 stellten wir im Rahmen des monatlichen Jour fixe „WU Alumni Tuesday“ die durchaus provokante Frage, ob Denken und Handeln eine untrennbare Einheit sind oder ob das eine ohne das andere möglich ist. Darüber hinaus: Was verbindet Philosophie mit Management und Wirtschaft?

### Philosophie vs. Management?

Auf den ersten Blick haben Philosophie und Management nichts miteinander zu tun, verfolgen sie doch Gegensätzliches: Geht es im Management primär um die Praxis, das Lösen von Problemen und

Effizienz, ist die Philosophie eine ausschließlich theoretische Disziplin. Nichtsdestoweniger kann Management, wie alles andere auch, ein Gegenstand philosophischer Betrachtung sein. In diesem Zusammenhang stellt sich etwa die Frage nach dem Fundament unseres Handelns. Haben Handlungen Ursachen oder Gründe und wie ist es um die Brücke zwischen Denken und Handeln bestellt? Haben wir es mit Notwendigkeit zu tun oder mit bloßem Zufall?

Dr. Waß und Dr. Palasser vom Institut für Philosophie & Management, die den Impulsvortrag hielten und zur Diskussion auffor-

derten, haben es sich zur Aufgabe gemacht, die grundverschiedenen Disziplinen Philosophie und Management zueinander in Beziehung zu setzen.

Im Mittelpunkt ihrer Arbeit steht die philosophische, also an rationalen, logischen und begriffsanalytischen Gesichtspunkten orientierte Analyse von Management, sowohl was das Managementhandeln als auch was die Managementtheorie betrifft. Bei der anregenden Diskussion wurden nicht nur Antworten gegeben, sondern vor allem neue Fragen aufgeworfen, was nicht minder interessant war. **J**



[Thomas Lorenz]

## Tradition trifft auf Moderne

**WU-Alumni lernen** Handwerkskunst auf höchstem Niveau aus dem Hause Lobmeyr kennen

Wussten Sie, dass bei Staatsempfängen in der Hofburg ein Service aufgetischt wird, das der Traditionsbetrieb J. & L. Lobmeyr bereits im Jahr 1836 für festliche Tafeln bei Hofe hergestellt hat? Empfängt Bundespräsident Heinz Fischer Gäste, werden nach wie vor die edlen Stücke verwendet. Sollte ein Teil zu Bruch gehen, kein Problem: In der Lobmeyr-Werkstatt beherrscht man traditionelle Tech-

niken und kann nach den Originalplänen eine Replik herstellen.

In Kooperation mit J. & L. Lobmeyr lud der WU Alumni Club einmal mehr in die Werkstatt im dritten Bezirk. Bei herrlichem Frühlingwetter trafen sich Mitglieder, um einen exklusiven Blick hinter die Kulissen zu werfen, und lernen dabei ein Unternehmen kennen, das weltweit einzigartig ist. In dem Gebäude aus dem Jahre 1780 befindet sich zum einen eine tradi-

tionelle Gürtler-Werkstätte, zum anderen eine Glasschleiferei und Gravurwerkstätte.

### Von Wien nach New York und in die ganze Welt

Luster und Glasarbeiten aus dem Hause Lobmeyr sind nicht nur in Österreich (etwa im Palais Liechtenstein in Wien) sehr gefragt: Auf der ganzen Welt findet man exklusive Stücke, so zum Beispiel auch in der Metropolitan Opera in New York oder dem Konzerthaus in Athen. Aber auch bei großen Hollywood-Produktionen sind die Luster aus Wien immer wieder zu bewundern. Erinnern Sie sich noch an „Mondsüchtig“, wo ein gigantischer Luster am Beginn des Films in den leeren Luftraum der Metropolitan Opera gezogen wird? Selbstverständlich ein Stück, das seinen Ursprung in der Salesianergasse im dritten Bezirk hatte.

**Geschmäcker sind verschieden**  
Während in Wien der klassische „Maria-Theresien-Luster“ ein

Revival erlebt, ist in den USA die Met-Serie am gefragtesten; Chines/inn/en bevorzugen Designmodelle aus dem frühen 20. Jahrhundert. Im russischen Raum sind pompöse Luster sehr begehrt, wogegen von Japaner/inne/n aufgrund der kleineren Wohnungen und Häuser auch dezentere Luster geordert werden.

Bei Lobmeyr handelt es sich um einen traditionellen Handwerksbetrieb, der unter Anwendung

alter Techniken Perfektion bis ins kleinste Detail anstrebt. Alte Werkzeuge und Materialien sind vorhanden und so können bei Restaurierungen die edlen Stücke in den antiken Zustand zurückgeführt werden.

45 Mitarbeiter/innen kümmern sich nicht nur um die Produktion, die Restaurierung oder die Fertigung, sondern auch um den Verkauf und den internationalen Vertrieb. **J**

### J. & L. Lobmeyr – Preisvorteile für Mitglieder

Als Mitglied des WU Alumni Clubs kommen Sie nicht nur in den Genuss einer exklusiven Führung durch die Werkstatt von J. & L. Lobmeyr, sondern erhalten auch zehn Prozent Preisnachlass auf Ihren Einkauf im Stammhaus in der Kärntner Straße und im Lusterschauraum in der Salesianergasse. Weisen Sie bei Ihrem nächsten Einkauf einfach Ihre Mitgliedskarte vor und profitieren Sie von der Ermäßigung.

**LOBMEYR**  
1823

