

Hamburger

China-Notizen

NF 134

10. November 2007



2. Alumni-Treffen Hamburg-China

Am späten Nachmittag des 1. Novembers füllte sich der kleine Vortragsraum des Goethe-Instituts Hamburg sehr schnell, gegen 16.30 Uhr. Das oben genannte Treffen sollte beginnen, und hier – im 6. Geschoß des Kolossalgebäudes Hühnerposten 1 – zeigte sich der Himmel über Hamburg trübe.

Seit einigen Jahren erinnern sich deutsche Hochschulen und Schulen an das Wort Alumnus bzw. Alumne, das jahrzehntelang außer Gebrauch geraten war. Ursprünglich bezeichnete das Wort Alumnat ein Heim für Internatschüler, das nicht selten der Beherbergung des katholischen Priesternachwuchses diente. Bei seiner Wiederbelebung trat, beeinflusst durch anglo-amerikanischen Sprachgebrauch, eine Bedeutungserweiterung ein. Es bezeichnet jetzt

überwiegend Absolventen von Schulen und Hochschulen. Sehr vertraut ist das Wort allerdings noch nicht. Häufig wird dem Plural Alumni noch ein deutsches Plural-s angehängt.

Heiter und aufgeschlossen – ganz anders als der nieselige HH-Himmel – war die Stimmung unter den jungen Leuten, die jetzt ins Goetheinstitut kamen. Alumni waren sie überwiegend weder in dem einen noch in dem anderen Sinn. Meistens waren das Studierende von Hamburger Hochschulen, und der größte Teil von ihnen waren junge Chinesen.

Auf den langen Gängen zu diesem Vortragssaal hatten mehrere Unternehmen Informationsstände aufgebaut. Zum Beispiel hielt der große Versicherungsmakler Willis Informationsmappen über seine Trainee-Ausbildung bereit, während Beiersdorf mit Mini-NIVEA-Döschen auf sich aufmerksam machte und ebenso Gespräche anbot. Drei Workshop-Komplexe standen zunächst auf dem Programm – über Bewerbungsstrategien, Gehaltsstrukturen in Unternehmen und Wege in die Selbständigkeit, mit wahrlich herausragenden Experten.

Torge Thies von TRCT MEDIEN, ansässig Mühlendamm 78-80, zeigte sich erfreut: Fünfzig Personen hatten sich für diesen Teil der Veranstaltung angemeldet, doch weit mehr waren erschienen. Solche Alumni-Treffen waren im Umkreis der Senatskanzlei anlässlich CHINA TIME 2006 angeregt worden, als auch ein erstes Treffen stattfand. Sie sollten der Netzwerkbildung unter jungen Menschen mit China-Ausbildung und -Interessen dienen und diesen zugleich Kontakte mit Unternehmen der China-Wirtschaft ermöglichen, auch kleineren. Der TRCT MEDIEN war in diesem Jahr die Ausrichtung übertragen worden, und sie sollte sich auch künftig dafür engagieren.

"Netzwerkbildung braucht Zeit, vor allem bei jungen Leuten", weiß der besonnene Torge Thies, "Uns kommt es auf langfristige Wirkungen an, die zu stabilen Bezugssystemen unter den neuen Hamburger China-Experten führen." Solche Bezugssysteme existieren auch bisher schon, doch sie sind meistens mit irgendwelchen Institutionen verbunden, die über eine starke China-Kompetenz verfügen. Die Zusammenführung solcher Partikularsysteme wäre notwendig.

Dem diene bereits ein ungezwungenes Abendtreffen an diesem 1. November. 120 hatten sich dafür angemeldet, doch dann erschienen ebenfalls weit mehr. Vielleicht sollte das 3. solcher Alumni-Treffen im Herbst 2008 mit seinem Programm und seinen Einladungsstrategien vor allem diesem Ziel gewidmet sein.