

## **INSIDE D-A-CH-Verband: Bericht von der acn-Jahreskonferenz 2019 in Würzburg**

In Würzburg wurden erstmalig drei **INSIDE D-A-CH-Verband** Workshops angeboten: (1) **Berufsbild Alumni-Manager\*in - Lobbyarbeit**, (2) **Website & Digitales** und (3) **Fachgruppen**.

***Ausgangslage:** Der Vorstand hatte bereits 2016 einen Beirat ins Leben gerufen, der sich Gedanken über die strategische Ausrichtung des Verbandes gemacht hat. Die Ergebnisse wurden auf den Jahrestagungen in Karlsruhe und Salzburg teils kontrovers diskutiert. Es wurde klar, dass wir nur vorankommen, wenn sich die Verbandsmitglieder gemeinsam Gedanken über die künftige Zusammenarbeit und die Verankerung ihrer Arbeit in der deutschsprachigen Hochschullandschaft machen. Daraus wurde die Idee der INSIDE D-A-CH-Verband Workshops geboren.*

Ergebnisprotokoll zum interaktiven Workshop Berufsbild Alumni-Manager\*in - Lobbyarbeit am 9.05.2019 von 9:00 bis 10:30

Ankündigung im Konferenzprogramm:

---

### **BERUFSBILD ALUMNI MANAGER\*IN – Wie stark ist unsere Lobby?**

Der Stellenwert der Alumni-Arbeit steht und fällt mit dem Back-up der (Hochschul-)Leitung, mit der finanziellen Ausstattung der Stellen und Projekte, mit der Anbindung an die (Hochschul-)Leitung, Fachabteilungen und Tätigkeitsbereiche, mit der Vernetzung mit der Wirtschaft und mit vielen anderen Faktoren. Die Alumni-Manager\*innen brauchen die Unterstützung ihres Dachverbands, wenn sie ihre Arbeit verstetigen wollen. Ziel dieses Workshops ist es, nach Mitteln, Wegen und Ansprechpartner\*innen zu suchen, um eine stärkere **Lobby für die Alumni-Manager\*in** zu schaffen. Ins Blickfeld rücken beispielsweise Ministerien, hochschulpolitische Gremien oder Stiftungen als Geldgeber.

---

#### **Warum**

An deutschen Hochschulen ist das Berufsbild des Alumni-Managers sehr heterogen ausgeprägt, Schwankungen unterworfen, auf unterschiedliche Art und Weise anerkannt und bezahlt. Dies gilt entsprechend ebenfalls für die strategische Einbindung des Bereiches Alumni in den Hochschulen.

#### **Ziel**

Das Thema soll von einer entsprechenden Fachgruppe aufgenommen und weiterentwickelt werden um dann in einem Konzept/einer HRK – Empfehlung münden. Die jeweiligen Unterziele/Schritte werden von der Fachgruppe geplant, organisiert und umgesetzt.

Um ein erstes Stimmungsbild einzufangen und ‚Basisdaten‘ einzuholen, wurden drei grundsätzliche Fragen gestellt.

### Wo sind wir (Sammlung Collage im Anhang)

Immer wieder kehrende Parameter waren:

- Wo ist die Alumni-Stelle verankert?
- Sind Haushaltsstellen dafür eingeplant?
- Was ist die Rolle der Alumni – wie werden sie eingesetzt?
- Sind Alumni Mitglieder der Hochschule?
- Wie gehen die Professoren mit dem Thema um?
- Sind die Alumni in der Hochschulstrategie/Leitbild/Grundordnung erwähnt und wenn ja, wie?
- Verfügt die Alumni-Stelle über ein Budget?

### Was bisher geschah?

Zu diesem Bereich wurden Einblicke in die bisherige Lobbyarbeit gegeben und geschildert, wie sich die Bekanntheit des Begriffes über die Jahre gewandelt hat. Eine Verankerung des Themas hat sich teilweise im Hochschulrahmengesetz oder in den jeweiligen Grundordnungen bereits niedergeschlagen (z. B. dass Alumni als Angehörige/Mitglieder der Hochschule definiert werden können). Es folgte ein Verweis auf die Einbeziehung der Bundesbildungsministerinnen bei vergangenen Konferenzen (diesmal Grußwort, die Ministerin war am 9.5. bei der Preisverleihung der Alexander von Humboldt-Stiftung im Humboldt-Forum in Berlin) oder Gespräche mit anderen politischen Entscheidungsträgern oder Gespräche mit Drittmittelgebern sowie auf den neuen Studiengang ‚Referentin Alumni-Management‘.

### Wo wollen wir hin?

Die letzten 15 Minuten des Workshops waren dieser Frage gewidmet. Jeder sollte seine Wunschvorstellung auf einen Zettel notieren. Folgende Wünsche wurden geäußert:

- Feste Verankerung im Rektorat
- Eigenes Budget
- Unbefristete Stelle, Unterstützung durch z. B. eine halbe Assistentin, z. B. für die Datenpflege
- Eine gesteigerte Identifikation mit der eigenen Hochschule aus Alumni-Sicht
- Wahrnehmung der Alumni-Arbeit als notwendige und anerkannte Wertestrategie der Hochschule (true value, people planet profit)
- Stärkere strategische Lobby-Arbeit
- Eine Gesellschaft, die den Begriff Alumni kennt und schätzt und lebt
- Der Begriff Alumni ist der Öffentlichkeit bekannt, es ist selbstverständlich, dass Alumni Kontakt halten möchten, Politik und Hochschule verstehen die Alumni-Arbeit als elementare Aufgabe
- Verstetigung der Alumni-Arbeit an allen Hochschulen mit finanzierten Stellen und eigenem Budget

- Die Verbindung zwischen Alumni und aktuellen Forschern und Studierenden stärken
- Eine Sektion ‚Alumni‘ in der HRK verankern
- Jede Hochschule verfügt über einen zuständigen Vizepräsidenten für das Thema Alumni/Beziehungsmanagement
- Klare Verantwortungen in langfristiger und formaler Verankerung mit gemeinsamer Vision
- Unterstützung durch Präsidium kontinuierlich vorhanden
- Alumni-Arbeit als selbstverständliches, integratives Instrument der Hochschulstrategie

Im ersten Teil wurde der Ist-Zustand erfasst. Mit der Frage ‚Wo wollen wir hin?‘ haben wir erfragt, wie sich die teilnehmenden Alumni-ManagerInnen die Alumni-Arbeit in ihrer Organisation in der Zukunft vorstellen.

Diese Ergebnisse sollen der sich am 10.5.19 im Inside Workshop ‚Fachgruppen‘ neu gebildeten Fachgruppe ‚Lobbyarbeit und Berufsbild‘ übergeben werden. Die neue Fachgruppe hat im ersten Treffen in Würzburg das Ziel formuliert, ein Konzept/einen Fahrplan für die Arbeit des Verbands zu erstellen und eine HRK-Empfehlung zu erreichen.

Michaela Thiel im Mai 2019

Anhang

