

Ägyptischer Alumniverein EGAA stellt sich neu auf

Vereinsmanagement professionalisieren



Großes Interesse an der Verbandsarbeit: Ägyptische MP-Alumni lassen sich beraten

Zentrale Fragen des Verbandsmanagements waren im September 2017 Mittelpunkt eines zweitägigen Workshops, zu dem sich die Vorstandsmitglieder unter der Führung der Vorsitzenden Rania Oraby sowie einige engagierte Mitglieder der EGAA – Egyptian German Alumni Association – mit der deutschen Expertin Karen Konopka von der 2K-verbandsberatung trafen.

Kairo. Der Gründungsweg des ägyptischen MP-Alumnivereins EGAA bleibt steinig. Zurzeit besteht der Verein lediglich inoffiziell, da eine staatliche Registrierung zwar beantragt, aber noch nicht erfolgt ist. Nichtsdestotrotz ist der Alumniverein im Rahmen des bereits Möglichen aktiv. Daher setzte der Vorstand sich zum Ziel, die Arbeit der EGAA strategisch auszurichten sowie Kernthemen zu identifizieren und zu bearbeiten. Bei einer Ist-Analyse, die den aktuellen Stand der verbandlichen Entwicklung und des gemeinsamen Engagements erfasste, definierten die ägyptischen Führungskräfte fünf Handlungsfelder: Aktivitäten, Mitgliedergewinnung, Dienstleistungen, Finanzierung und Organisationsstruktur.

Aktivitäten und Mitgliedergewinnung

Im Bereich „Aktivitäten“ ging es um Aspekte, mit denen sich die EGAA vordringlich beschäftigen muss, um funktionsfähig zu werden. Da sich ein Verband über seine Mitglieder definiert, war die Mitgliedergewinnung auch für die ägyptischen MP-Alumni eine der zentralen Fragen. Wer kommt für eine Mitgliedschaft in Frage? Angeregt diskutierten die Workshop-Teilnehmer die möglichen Rechte und Pflich-

ten der jeweiligen Mitgliedsgruppen sowie die dazugehörigen Mitgliedsbeiträge. Allen war klar, dass durch die Definition des Mitgliederkreises zugleich auch eine Entscheidung zum Selbstverständnis, zur Verbandskultur sowie zur Finanzierung fällt. Um die angestrebte Rolle im MP wahrnehmen zu können und zum kompetenten Ansprechpartner auf ägyptischer Seite für die GIZ, ägyptische staatliche Stellen, die deutsche Wirtschaft sowie Teilnehmer zu werden, muss sich die EGAA auf eine breite Mitgliederbasis stützen.

Ebenfalls wichtig für den ägyptischen Alumniverein war von Beginn an die Öffentlichkeitsarbeit, um den Bekanntheitsgrad und die Vernetzung mit anderen Akteuren und Institutionen zu steigern. Durch eine aktive PR-Arbeit wird der Verein zudem auch von potentiellen Mitgliedern als präsent und aktiv wahrgenommen und sichert weiterhin das Interesse an einer Alumnivereinigung.

Zwar spielt die Erbringung von Dienstleistungen eine große Rolle in der Verbandsarbeit, doch kann sich die EGAA nicht ausschließlich dadurch definieren. Hinzu kommen auch von den Teilnehmern formulierte gesellschaftliche und volkswirt-

schaftliche Aspekte. Ein zentrales Anliegen der EGAA ist nicht allein der individuelle Nutzen für die einzelnen Programmabsolventen, sondern auch die Vermittlung des betriebswirtschaftlichen Wissens an eine größere Zielgruppe innerhalb der ägyptischen Wirtschaft sowie eine Förderung des deutsch-ägyptischen Dialoges insgesamt.

Mit diesen verbandlichen Aktivitäten wird sich die EGAA weiter auseinandersetzen, sie definieren und Maßnahmen zu deren Realisierung entwickeln. In diesen Prozess werden Mitglieder und Interessierte intensiv einbezogen, um einen breiten Konsens zu gewährleisten.

Dienstleistungen

Im Handlungsfeld „Dienstleistungen“ diskutierten die EGAA-Mitglieder die Frage, ob man sich auf die Kernkompetenzen konzentrieren und nur Dienstleistungen rund um das MP erbringen oder das Portfolio um angrenzende Bereiche erweitern und ergänzende Leistungen für Firmen, Manager und Institutionen anbieten soll. Neben dem eigenen Selbstverständnis stellte sich dabei auch die Frage, ob die EGAA die identifizierten Dienstleistungen auch in hinreichender Quantität und hoher Qualität erbringen kann. Hier gilt: Besonders in der Startphase sollte sich ein Verband auf einige wenige, exzellente Dienstleistungen mit hoher Nachfrage fokussieren, um sich nicht im ersten Elan zu verzetteln und dadurch auf lange Sicht generell zu scheitern. Grundlage für alle Dienstleistungen wird eine Bedarfsanalyse

unter den (potentiellen) Mitgliedern der EGAA sein.

Finanzierung

Schwieriges Thema für die meisten Alumnivereine stellt die Frage der Finanzierung dar. Die ägyptischen Führungskräfte analysierten eingehend verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten und stellten fest, dass der finanzielle Grundbedarf des Verbands nicht allein durch Mitgliederbeiträge erwirtschaftet werden kann. Daher muss der Alumniverein ergänzend andere Finanzquellen wie z.B. der Verkauf von Dienstleistungen und Sponsoring erschließen. Generell gilt auch hier: Nicht übertrieben optimistisch sein und auf unrealistisch hohe Einnahmen setzen, da sich viele Finanzierungsinstrumente erst etablieren müssen, um wirksam zu werden.

Organisationsstruktur

Im Bereich „Organisationsstruktur“ beschäftigten sich die EGAA-Mitglieder vorrangig damit, die Vor- und Nachteile

verschiedener Organisationsstrukturen abzuwägen. Es ging nicht nur darum, welche Gremien gegründet werden sollten, sondern auch um deren Besetzung. Hier gilt es, schlanke, flache Strukturen zu schaffen. Die Gremien sollten nicht zu groß sein, da dies zielführende Diskussionen und Entscheidungsfindungen erschwert. Für Komitees müssen verlässliche und verbindliche Kommunikationsstrukturen etabliert sowie Kompetenzen, Rechte und Pflichten festgelegt werden, um den Informationsfluss und einen reibungslosen Arbeitsablauf ohne Schnittstellenverluste zu sichern. Wie fast alle Verbände weltweit sieht sich auch die EGAA mit der Problematik konfrontiert, Ehrenamtliche zu aktivieren. Abhilfe kann hier eine attraktive Gestaltung der Aufgaben schaffen. Statt jemanden z.B. für einen längeren Zeitraum in ein Komitee zu wählen, was mit einem nicht absehbaren Arbeitsvolumen verbunden ist, sollte man Aufgaben in kleine Einheiten einteilen und in Projekte zusammenfassen. Dadurch können die Ehrenamtlichen den eigenen Zeitaufwand besser einschätzen. Außerdem kann man die Aufgaben auf

diese Weise genauer nach individuellen Interessen zuschneiden.

Letztlich ist es unerheblich, mit welchem Thema ein Verein seine Aktivitäten startet. Wichtiger ist, nicht nur zu diskutieren, sondern damit zu beginnen, Fragen zu entscheiden und dies gegenüber den Mitgliedern und anderen möglichen Partnern zu kommunizieren. Der Workshop war der erste Schritt auf diesem Weg, um ein Bewusstsein für die wichtigsten Fragestellungen zu entwickeln und mögliche Perspektiven zu zeigen. Gemeinsam definierten die Alumni einige zentrale Aspekte und diskutierten Ansätze zu deren Gestaltung. Nun liegt es an ihnen, diesen Prozess zusammen mit der Mitgliederbasis kontinuierlich fortzusetzen. ■



Karen Konopka ist Gesellschafterin der 2K-verbandsberatung in Hamburg und berät seit 17 Jahren Verbände in Deutschland und im Ausland zur Organisations- und Strategieentwicklung, Kommunikation, Member-Relation-Management sowie zum Finanzmanagement und Vereinsrecht. Die studierte Politologin und Verwaltungswissenschaftlerin leitete verschiedene Wirtschafts- und Berufsverbände und veröffentlichte mehrere Publikationen zum Verbandsmanagement. Sie führt auch Workshops für MP-Teilnehmer durch.

Quelle: Deutsche Gesellschaft f. internationale Zusammenarbeit "Journal" Ausgabe 19