

In eigener Sache

# Alumni gehören zur Universität.

Text: Bettina Volz,  
Geschäftsführerin  
von AlumniBasel

**S**chweizweit kann festgestellt werden, dass Alumni für das Friendraising wie auch für das Fundraising der Universitäten eine zunehmend wichtige Rolle spielen. So entwickeln sich die Ehemaligen auch aus der Sicht des Rektorats und des Universitätsrats immer mehr zu einem wichtigen Asset für eine Universität. Es ist deshalb kein Zufall, dass in der Universitätsstrategie 2022 bis 2030 die Alumni erstmals an verschiedenen Stellen explizit als Zielgruppe genannt werden. Diese Thematik wurde im letzten Jahr intensiv mit dem Rektorat diskutiert – und darauf wurde eine Neuausrichtung der Beziehungen von AlumniBasel und der Universität eingeleitet.

## Ausweitung der Alumni-Strategie

Ein derzeit sehr wichtiger Aspekt ist für die Universität die Frage, wie sie mit ihren sämtlichen Absolventinnen und Absolventen nach Studienabschluss in Kontakt bleiben kann. Denn der Erfolg einer Ausbildungsstätte wird nicht nur an den wissenschaftlichen Rankings, sondern auch an den Berufschancen ihrer Abgängerinnen und Abgänger gemessen. Die Universität sollte künftig imstande sein, ihre Alumni auch einige Jahre nach dem Abschluss zu deren aktueller beruflicher Situation befragen zu können.

Das bedeutet, dass künftig sämtliche Neuabsolvierende im Rahmen der Alumniorganisation ansprechbar bleiben sollten, auch wenn sie zunächst noch nicht Mitglied von AlumniBasel sind. Operativ

setzt dies eine Alumni-E-Mail-Adresse voraus, die nach Studienabschluss an sämtliche Abgänger und Abgängerinnen kostenlos abgegeben werden könnte. Das Thema wurde schon seit einigen Jahren im Vorstand von AlumniBasel diskutiert, jedoch stiess man damit immer wieder an technische und institutionelle Hürden. Dies hat sich inzwischen aufgrund der rasanten Fortschritte im IT-gestützten Alumni-Management geändert.

## Früchte der Digitalisierung

Für AlumniBasel heisst dies, dass im Bereich der digitalen Alumni-Plattform aufgerüstet und der bisherige Anbieter nach 15 Jahren gewechselt werden muss. Die Kooperation mit der Universität soll mit diesem Projekt intensiviert werden, um gemeinsam eine viel breitere Ausrichtung der Alumniaktivitäten zu meistern – sie sind im Interesse sowohl der Studierenden wie auch der Alumni und der Universität Basel. Zurzeit wird die Alumnistrategie 2021 bis 2025 ausgearbeitet, welche dieser neuen Ausrichtung Rechnung trägt. Die Massnahmen sollen in einem Leistungsportfolio für die bestehenden Mitgliedergruppen definiert und um die Zielgruppe der Neuabsolventinnen und Nichtmitglieder erweitert werden.

## Mitgliederumfrage im Frühling

Bei der Formulierung des künftigen Leistungsportfolios sollen insbesondere auch die Meinung und die Feedbacks der Mitglieder eingeholt und einbezogen werden. Was erwarten sie von einer Alumniorganisation? Welche Aktivitäten und Angebote werden von den Mitgliedern geschätzt? Entspricht das Angebot den Erwartungen? Was lässt sich verbessern? Schliesslich ist es die Zufriedenheit mit dem Angebot, die für den Erfolg von Alumniorganisationen entscheidend sein wird. Die Umfrage wird im Frühjahr 2021 an die rund 6000 Mitglieder von AlumniBasel verschickt, und geplant ist, in der Herbstausgabe von UNI NOVA über die Ergebnisse und Erkenntnisse zu berichten. ■