

AlumniBasel Jahresbericht 2006

AlumniBasel
Ehemaligenvereinigung der Universität Basel
Geschäftsstelle
Steinengraben 5
4051 Basel

www.alumnibasel.ch

1. Einleitung

• Zweck von AlumniBasel

Die Ehemaligenorganisation AlumniBasel ist auf Anregung von Rektorat und Universitätsrat im Februar 2005 als privatrechtlicher Verein gegründet worden, mit dem Ziel, eine fakultätsübergreifende Alumniorganisation der Universität Basel zu schaffen, welche die bestehenden Fakultätsalumni miteinander vernetzt und den noch nicht organisierten Fakultäten die Möglichkeit gibt, ihre Alumni auf einer gemeinsamen Plattform zu sammeln.

Mit dem Entscheid, eine webbasierte spezialisierte Alumnidatenbank anzuschaffen und zu betreiben, wurde AlumniBasel von Beginn an als professionelle Alumniorganisation konzipiert, welche ganz neue Möglichkeiten der Kommunikation zwischen Alumni, Fakultäten und Universität eröffnet und auch ein effizientes Management der Geschäftsprozesse ermöglicht.

Statuten von AlumniBasel: Art. 2, Zweck:

Der Verein bezweckt:

- die Förderung der Beziehungen zwischen der Universität Basel und deren Absolventinnen und Absolventen sowie der Öffentlichkeit;
- die Förderung des Kontaktes der Absolventinnen und Absolventen der Universität Basel untereinander und mit der Ausbildungsstätte;
- die Förderung der Universität Basel insbesondere in Lehre und Forschung über den Rahmen hinaus, der mit öffentlichen Mitteln erreicht werden kann;

- die Förderung des wissenschaftlichen Gedankenaustausches zwischen Repräsentanten der verschiedenen Fachbereiche.

Der Verein kann Aktivitäten jeglicher Art unternehmen und unterstützen, die geeignet sind, den Vereinszweck zu fördern. Er kann Mitglied anderer Organisationen sein, die ähnliche Zielsetzungen auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene verfolgen.

Der Verein verfolgt einen gemeinnützigen Zweck.

Für das operative Geschäft steht dem Verein AlumniBasel eine professionell betriebene, von der Universität Basel finanzierte Geschäftsstelle zur Verfügung. Die Geschäftsstelle dient als die Kommunikations- und Informationsdrehscheibe für die diversen dezentralen Alumniaktivitäten an der Universität Basel und erfüllt eine Scharnierfunktion zwischen Universität, fakultären Alumniorganisationen und der Öffentlichkeit.

Die Kernaufgaben der Geschäftsstelle sind: Aufbau und Pflege der fakultätsübergreifenden Alumni-Datenbank, das Betreiben der Homepage, die Herausgabe des Alumni-Newsletters, die Organisation des Alumnitages. Gemäss diesen Aufgaben stehen – im Rahmen der gegebenen personellen und finanziellen Mittel - die Kommunikation, das Lobbying und das Networking im Vordergrund.

• Mitgliederstruktur von ALUMNIBASEL

AlumniBasel ist als Dachorganisation föderal organisiert. Nebst den vier universitätsexternen Mitgliedern, die auch den Präsidenten stellen, haben die Präsidenten der fakultären Alumnivereinigungen sowie die Delegierten der Fakultäten, welche noch keine eigene Alumniorganisation haben, Einsitz im Vorstand und sind hier für die Strategie von AlumniBasel zuständig.

Die Alumni der Universität Basel teilen sich in die folgenden 4 Kategorien ein

A. Kollektivmitglieder

Für die fakultären Alumniorganisationen der Juristischen, Medizinischen und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten bildet AlumniBasel die Dachorganisation. Die genannten Organisationen sind durch Beschluss ihrer jeweiligen Vereinsversammlungen im Laufe des Jahres 2006 der Dachorganisation offiziell beigetreten. Ihre Mitglieder sind seither automatisch Mitglieder von AlumniBasel und werden als Kollektivmitglieder bezeichnet. Die fakultären Alumniorganisationen geben pro Mitglied 10.- CHF an die Dachorganisation ab.

Neben den fakultären Alumniorganisationen der grossen Monofach-Fakultäten dürfte es mit der Zeit auch sogenannte Fachgruppen-Alumni geben. Im Laufe von 2006 hat sich erstmals eine solche Fachgruppenalumni konstituiert und ist der Dachorganisation AlumniBasel als Kollektivmitglied beigetreten. Es handelt sich dabei um die Alumnaevereinigung der Pflegewissenschaften, die sich unter dem Namen *curatrix* als Alumnigruppierung konstituiert hat.

Kollektivmitglieder:		
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät:	VBÖ (Vereinigung Basler Ökonomen) (gegr.1988)	ca. 1100 Mitglieder
Juristische Fakultät:	PRO IURE (gegr.1999)	ca. 500 Mitglieder
Medizinische Fakultät:	Alumni der Medizin (gegr. 1999)	ca. 2600 Mitglieder
Pflegewissenschaften	Curatrix (gegr. 2006)	ca. 30 Mitglieder

B. Direktmitglieder

Die übrigen vier Fakultäten verfügen - hauptsächlich aufgrund ihrer Zersplitterung in viele Teilfächer - bis dato über keine eigene Alumniorganisation. Die AbsolventInnen dieser Fakultäten treten AlumniBasel individuell bei und werden als Direktmitglieder bezeichnet. Hier ist denkbar, dass sich mit der Zeit Fachgruppenalumni konstituieren könnten, z. B. Anglisten oder Slavisten etc.

Direktmitglieder:		
Philosophisch-Historische Fakultät	AlumniBasel (gegr. 2005)	ca. 500 Mitglieder
Philosophisch-Naturwissenschaftliche Fakultät		
Theologische Fakultät		
Psychologische Fakultät		

C. NeuabsolventInnen

Eine besondere Gruppierung stellen - vom Gesichtspunkt der Mitgliederwerbung her gesehen - die NeuabsolventInnen dar. Die Neuabsolventen sind eine notorisch „alumniresistente“ Gruppe und müssen durch besondere Marketingmassnahmen gewonnen werden, wenn nicht schon während des Studiums eine positive Haltung zur Universität aufgebaut werden konnte.

Dieser Gruppe wird zur Zeit eine einjährige Gratismitgliedschaft angeboten (VBÖ, Mediziner Alumni, AlumniBasel) Ausnahme: PRO IURE sieht in ihren Statuten keine Gratismitgliedschaft vor.

NeuabsolventInnen , die eine Probemitgliedschaft eingegangen sind:	
2005:	200 NeuabsolventInnen (von total 1380 Studienabschlüssen 2005)
2006:	171 NeuabsolventInnen (Zahlen noch nicht veröffentlicht)
2007 (Halbzeit) :	76 NeuabsolventInnen

D. Nichtmitglieder

Schliesslich ist noch eine vierte, wichtige Kategorie von Personen, zu nennen, die von AlumniBasel betreut wird: die sogenannten Nichtmitglieder, das heisst zur Zeit rund 7000 AbsolventInnen aus allen Fakultäten der Universität Basel, die im Rahmen der Initialdatensammlung von 2004/05 erfasst worden sind, die aber noch keine Mitgliedschaft eingegangen sind. In dieser Gruppe sind vor allem die bisher aufgefundenen Jahrgänge 1960 bis 2000 erfasst.

Die Nichtmitglieder stellen das Reservoir an potentiellen Mitgliedern dar und sollten im Sinne einer umfassenden Erfassung und Pflege der Alumni der Universität Basel als Zielgruppe aktiv bearbeitet werden.

Diese Gruppe wird vermutlich immer grösser sein als der „harte Kern“ der Mitglieder, ist aber für kommunikative Massnahmen oder Kampagnen der Universität wichtig und kann dadurch überhaupt erreicht werden. Die ETH Alumni bearbeiten diese Gruppe deshalb zunehmend aktiv und bieten sogar Dienstleistungen wie E-Mail- Forwarding an – denn für die ETH steht die langfristige und flächendeckende Alumnibindung im Vordergrund.

Die Nichtmitglieder erhalten jährlich einmal Post von AlumniBasel, nämlich das gedruckte Programm und die Einladung zum Alumnitag. Damit bringt sich die Universität wenigstens einmal im Jahr in Erinnerung. Die Alumni können sich anhand des gedruckten Programms, auch wenn sie nicht an den Alumnitag kommen, ein Bild des aktuellen Forschens und Lehrens machen. Die Wirkung dieser Massnahme zeigt sich daran, dass Neuanmeldungen nach einem solchen Aussand jeweils ansteigen und auch die Homepage reger konsultiert wird.

• **Personen und Zuständigkeiten**

AlumniBasel ist privatrechtlich als Verein organisiert und bildet eine Schnittstelle von der öffentlich –rechtlich organisierten Universität zu den privatrechtlich organisierten Alumniorganisationen und der Öffentlichkeit.

Die strategische Leitung obliegt dem Vorstand von AlumniBasel, das operative Geschäft wird von einer professionell besetzten Geschäftsstelle besorgt.

Der Vorstand von AlumniBasel ist jeweils auf eine Amtszeit von 2 Jahren gewählt und setzt sich zurzeit wie folgt zusammen:

Präsident (UNI-extern)

Dr. Peter Lenz (Seit 2005, stellt sich zur Wiederwahl)

Drei externe Vorstandsmitglieder

Dr. Roland Bühlmann (Seit 2005, stellt sich zur Wiederwahl)

Dr. Meehyun Chung (Seit 2005, stellt sich zur Wiederwahl)

Dr. med. Andreas Oeri (Neu, stellt sich im Juni 2007 zur Wahl)

Vier Delegierte der Fakultäten

Philosophisch-Historische Fakultät

Prof. Dr. Georges Lüdi

Philosophisch-Naturwissenschaftliche Fakultät

Prof. Dr. Hanspeter Kraft

Theologische Fakultät,

Prof. Dr. Georg Pfeleiderer

Psychologische Fakultät

Prof. Dr. Michaela Waenke

Drei Vertreter der fakultären Alumniorganisationen

Juristische Fakultät/PRO IURE

Dr. Ernst Staehelin

Medizinische Fakultät/Alumni Medizin

Prof. Dr. Michael J. Mihatsch

VBÖ

Michael Braune Krickau,

Geschäftsstelle

Dr. Bettina Volz, Geschäftsführerin 80%

1 studentische Hilfskraft zu 10 %

2. Kommunikation

2.1. Alumni Newsletter

Der jeweils im Mai und Dezember erscheinende 8-seitige gedruckte Newsletter ist das wichtigste Kommunikationsmittel von AlumniBasel.

Das Ziel des Newsletters ist ein doppeltes. Einerseits dient der Newsletter dazu, der noch jungen Organisation AlumniBasel ein Gesicht zu geben und diese „fassbar“ zu machen und damit die „Marke“ AlumniBasel aufzubauen. Andererseits hat er den Zweck, die Alumni über die relevanten Entwicklungen in allen Bereichen der Universität zu informieren und diese somit für ihre Universität zu interessieren und die Alumni dadurch auch wieder näher an die Universität Basel zu bringen.

Der Newsletter ist in 4-5 feste Rubriken eingeteilt und jeweils einem Schwerpunktthema des universitären Lebens gewidmet, ein Alumniporträt rundet jede Nummer ab. Die Alumniporträts sollen eine Eigenschaft der Basler Universität ins Licht rücken: ihre AbsolventInnen und Absolventen sind Leute, die interessante, individuelle Lebensläufe zeigen und später in den unterschiedlichsten Tätigkeiten und Berufsfeldern anzutreffen sind.

Aufbau des Alumni-Newsletters (Rubriken)

• Editorial	1 Seite
• Alumni in eigener Sache	2 Seiten
• Schwerpunktthema zu Entwicklungen an der Universität	3-4 Seiten
• Interessantes aus der Universität	1 Seite
• Alumniporträt	1 Seite

1/05: **In Verbindung bleiben** (Startnummer zur Lancierung von Alumni)

2/05: **Eine starke Uni stärkt die ganze Region**

1/06: **Innovative Universität Basel** (Electronic Learning)

2/06: **Exzellenz in Forschung und Lehre** (NCCRs und NFPs an Uni Basel)

1/07: **Ein Glanzresultat für die Uni Basel** (Strategische Ausrichtung der Uni Basel)

2/07 : Uni Basel – international / Internationale Beziehungen (in Planung)

Auflage: 5000 Ex.

Druck- und Produktionskosten pro Nummer: 4700 CHF

Stichproben bei der Leserschaft haben ein gutes Feedback ergeben. Der Newsletter ist auch professionellen Journalisten und Kommunikationsfachleuten sowie dem Marketingspezialisten Prof. Purtschert (Verbandsmanagementinstitut der Universität Fribourg) vorgelegt worden. Konzept und Aufmachung des Alumni-Newsletters werden durchwegs als überzeugend empfunden.

Der Alumni-Newsletter ist mit knapp 5000 CHF Produktionskosten pro Nummer ein kostengünstiges und effizientes Kommunikationsmittel für Alumni und die Universität. Es wäre zu wünschen, dass das Medium von den Fakultätsalumni vermehrt als Kommunikationsmittel genutzt werden würde um die Aktivitäten der Alumni bekannt zu machen. Ein Beispiel ist der VBÖ, der in der Nummer 1/07 eine ganze Seite für seine Kommunikation erhalten und genutzt hat.

2.2. Homepage und Mitgliederportal

Zu Kommunikation gehört im weiteren die **Alumnihomepage** unter www.alumnibasel.ch. Die Homepage wird regelmässig a jour gehalten und bietet Links zu den Homepages der Fakultätsalumni. Sie ist zudem auch **Portal** für die Netzwerk-Dienstleistungen von AlumniBasel, nämlich **Online- who- is- who** und **Networking-Funktion**. Letztere ist im Mai 2007 aufgeschaltet worden. Zu diesen beiden Dienstleistungen (d.h. Online- Who- is- who und Networking-Funktion) ist ein Informationsblatt erstellt worden, das die Dienstleistungen erläutert und ab Juni 2007 verteilt werden wird (am Alumnistand, als Beilage zu Werbebrief, Neuabsolventen-Set, etc.)

Die Homepage ist sehr rudimentär aufgebaut, das heisst, es können beispielsweise keine Hits gezählt werden, es besteht keine Suchmöglichkeit etc. Hier wird zu überlegen sein, welchen Qualitätsstandards die Homepage von AlumniBasel in Zukunft entsprechen soll.

2.3. Directmail

Zweimal im Jahr (jeweils Mai und Dezember) erfolgen Direkt-Mailings an alle Direkt- und Kollektiv- Mitglieder von AlumniBasel. Das sind zurzeit ca. 4500 Adressen von AlumniBasel, VBÖ, Mediziner Alumni und PRO IURE. Im Mai 06 erhielten die Direkt- und Kollektiv-Mitglieder* den Newsletter 1/06 sowie die Einladung zu GV und zum 2. Alumnitag, im Dezember 06 den Newsletter 2/06 sowie (Direktmitglieder) die Rechnung für den Mitgliederbeitrag 2007.

Im Mai 06 erhielten zudem alle ca. 7000 Nichtmitglieder ein Set mit einem Werbebrief, dem Programm für den 2. Alumnitag sowie 2 Flyer. Der Erfolg dieser Werbeaktion - es konnten 60 neue Personen angeworben werden – zeigt, dass die Mitgliederwerbung ein hartes Geschäft ist.

* Ausnahme: Die Mitglieder von PRO IURE erhalten den Newsletter noch nicht, da der Vorstand von PRO IURE erst prüfen will, ob der Newsletter für seine Mitglieder interessant ist.

3. Lobbying: Abstimmung Staatsvertrag vom 11.3.2007

Der Präsident von AlumniBasel hat die Lobbyarbeit im Hinblick auf die Abstimmung zum Staatsvertrag bereits im Oktober 2006 aufgenommen und in Kooperation mit dem Förderverein der Universität (Dr. Nordmann) intensiv in den Kammern beider Kantone informiert.

Vorstandsmitglied Dr. Bühlmann hat für die Schlussphase des Abstimmungskampfes im oberen Baselbiet Podiumsgespräche organisiert und finanziert.

Im Februar 2007 wurde von der Geschäftsstelle AlumniBasel in Zusammenarbeit und koordiniert mit der Handelskammer BS eine Werbeaktion für die Annahme des Staatsvertrags bei sämtlichen rund 4600 Mitgliedern durchgeführt. Die Mitglieder wurden aufgefordert, möglichst zahlreich zur Urne zu gehen, damit nicht nur eine Annahme, sondern ein möglichst hohe Ja-Stimmen-Zahl erreicht werden kann.

Rund 10 Tage vor der Abstimmung wurde schliesslich aus der Alumnidatenbank heraus eine E-Card (elektronische Postkarte) an rund 500 Mitglieder im Postleitzahl- Bereich Baselland verschickt.

Diese erfolgreiche Kampagne wäre ohne die Existenz der Vereinigung AlumniBasel, die als privatrechtlicher Verein aktiv werden durfte (im Gegensatz zur öffentlichrechtlich organisierten Universität) und das Vorhandensein einer Alumnidatenbank nicht möglich gewesen.

4. Alumni-Datenbank und Networkingtool

Die von AlumniBasel verwendete webbasierte Alumni-Datenbank ist eine spezialisierte Software, die unter anderem von der ETH und der Universität Zürich für ein professionelles Alumnimanagement eingesetzt wird. Die zur Anwendung kommende Software *alumnitools* ist von der Firma IM Strategies, einem ETH spin-off, entwickelt worden und erfüllt die Qualitäts- und Sicherheitsstandards des URZ.

alumnitools ist sowohl ein Managementinstrument für die Alumnimanager (sogenannte Innenseite) wie auch das Portal mit Netzwerkfunktion und Adressverzeichnis für die Mitglieder (sogenannte Aussenseite). Die Alumnidatenbank erfüllt folgende Funktionen:

3 Funktionen der Alumnidatenbank

1. für die Mitglieder und die angeschlossenen Alumniorganisationen ist sie der über das web zugängliche Adress- und Networking-Pool
2. für die Universität und die Fakultäten soll sie das vollständige und laufend aktualisierte Verzeichnis der Ehemaligen der Universität Basel werden. Dieses Verzeichnis enthält eine Vielzahl von Angaben unter natürlich laufend aktualisierte Adressinformationen sowie Informationen über Abschlüsse, Abschlussjahr und Abschlussarten.
3. für die Alumnimanager stellt sie eine wesentliche Unterstützung der Geschäftsprozesse dar (mit E-Mail-funktionen, Inkassofunktion, Standardbrieffunktion, Kommunikationsmanagement etc.) und ermöglicht es, durch Standardisierung immer wiederkehrender Geschäftsvorfälle effizient und kostengünstig zu arbeiten.

Die Mitglieder von VBÖ und PRO IURE sind im Laufe des Jahres 2006 auf die gemeinsame Datenbank von AlumniBasel überführt worden und sind seither dort vernetzt. sie werden auch hier administrativ betreut.. Die Überführung von Mediziner Alumni ist für 2006 geplant.

4.1. Datenbankaufbau und –unterhalt

Fakultätsalumni: Während die 500 Mitglieder der PRO IURE und 1100 Mitglieder der VBÖ im Laufe von 2006 in die Alumnidatenbank importiert werden konnten, hat sich der für 2006 vorgesehene Import der Mediziner Alumni verzögert: Mediziner Alumni sind von Filemaker zunächst auf Factsience überführt worden; dies war auf Seiten der Mediziner Alumni mit einigem Datenbereinigungsaufwand verbunden. In einer Sitzung im Januar 2007 wurde erst definitiv beschlossen, dass Mediziner Alumni in Zukunft aktiv auf der Alumnidatenbank von AlumniBasel und nicht auf Factsience aktiv bewirtschaftet werden sollen. Factsience wird in Zukunft als reine Archivdatenbank fortgeführt.

Da es sich beim Import der Mediziner Alumni um eine grössere Datenmenge handelt (2600 Datensätze) und mit der Überführung auf das alumnitool auch gewisse Veränderungen der Geschäftsprozesse seitens Mediziner Alumni verknüpft sind, ist dieser Import als Projekt aufgelegt worden und soll im Laufe von 2007 erfolgen.

NeuabsolventInnen: Eine wichtige Aufgabe ist es, die *NeuabsolventInnen* insgesamt zu erfassen. Dies konnte bisher nur punktuell erfolgen, da erstens die rechtliche Grundlage bis im Oktober 2006 nicht gegeben war (siehe Punkt 4.2.Vereinbarung DB) und zweitens der Prozess des Datenimports (zentrale oder dezentrale Datenbeschaffung) noch nicht geklärt werden konnte. Ebenfalls tangiert ist hierbei die Frage der Anwerbemodalitäten durch die Fakultätsalumni, die noch nicht einheitlich geregelt ist. Hier sollten im Laufe von 2007 die Prozesse mit allen Beteiligten geklärt werden können. Pro memoria: die NeuabsolventInnen sind nur bis 2002 erfasst, es wird hier noch Aufarbeitung notwendig sein.

Emeriti , Ehrendoktoren und SNF Stipendiaten: Diese Sondergruppen werden jedes Jahr aktuell nachgeführt (unabhängig von einer Mitgliedschaft) damit sie für Kommunikationsmassnahmen der Universität angesprochen werden können.

Nichtmitglieder: Damit die Datenqualität erhalten bleibt, müssen die Daten regelmässig gepflegt und à jour gebracht werden. Ein wiederkehrende Aufgabe sind die Adressberichtigungen innerhalb der Gruppe Nichtmitglieder, die jeweils nach dem grossen Alumnitag-Aussand getätigt werden.

Doublettenproblem: Anfang 2006 wurde begonnen, die Matrikelnummer der in der Datenbank erfassten Alumni zwecks eindeutiger Identifikation der Alumni nachzuführen. Aus Ressourcenmangel wurde diese Tätigkeit vorerst zurückgestellt.

4.2. Vereinbarung Datenbank /Datenschutz

Aufwändig gestalteten sich die Diskussionen und Prozesse, bis mit der Universität die Modalitäten rund um den Aufbau und die Pflege einer Alumnidatenbank grundsätzlich geklärt und in einem von Verein und Rektorat unterzeichneten Papier geregelt werden konnten.

Dieses Papier, das Anfang November 2006 in Kraft getreten ist, regelt die Fragen des Datenschutzes und ist die Voraussetzung dafür, dass die Geschäftsstelle vom zentralen Studiensekretariat respektive von den Dekanatssekretariaten die Daten der NeuabsolventInnen in der erforderlichen Struktur und Qualität überhaupt erhalten und zu importieren beginnen kann.

5. Mitgliederwerbung

Die Mitgliederwerbung ist bei AlumniBasel, wie auch bei anderen vergleichbaren Universitäten, ein hartes Pflaster. Der Bindungsgrad für Alumni liegt bei der Monofach-Universität HSG bei fast 80 %, bei der ETH bei ca. 30-40 %, während bei Universitäten wie Basel, Bern und Zürich die Bindung bei ca. 10-20 % liegt. Dies hat mit der Zersplitterung während des Studiums (viele Fächer) sowie mit einem noch schwachem „Markennamen“ dieser Universitäten zu tun. („Alumniarbeit beginnt während des Studiums“).

Ein Vorschlag, wie die Mitgliederwerbung für AlumniBasel erfolgen könnte, wird von B. Volz mittels eines Marketingkonzeptes bis Ende September 2007 erarbeitet werden.

5.1. Alumni suchen Alumni:

Eine Gruppe unter Mitglied Dr. Urs Burckhardt hat für die Jahrgänge 1960 bis 1970 die Adressen recherchiert. Anschliessend hat die Geschäftsstelle die rund 242 Personen der Jahrgänge 1960-67 mit einem **Werbe-Set** kontaktiert. Es konnten damit 15 Neumitglieder gewonnen werden. Die Jahrgänge 1968-1970 sind noch nicht angeschrieben worden, ebenso sollen die Jahrgänge 1950 bis 1959 nach dem gleichen Verfahren erfasst und angeschrieben werden.

5.2. Direct- Mailing für Nichtmitglieder

Im Mai findet, wie bereits unter 2.3. erwähnt, immer ein grosses Mailing an alle sogenannten „Nichtmitglieder“ statt. Diese werden zum Alumnitag eingeladen

5.3. Neuabsolventenwerbung an Fakultätsfeiern:

Eine weitere Aktivität von AlumniBasel ist die regelmässige Werbung für Alumni an den Diplomfeiern der Philosophisch-Historischen und der Philosophisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät. Die Alumni der anderen Fakultäten werden von den bestehenden Fakultätsalumni separat und auf unterschiedliche Weise (Stand, Flyer, Aperó etc.) angeworben.

Die Anwerbung durch AlumniBasel erfolgt mittels Übergabe eines **Werbsets** bestehend aus Werbebrief (unterschrieben von Rektor und Präsident AlumniBasel), Flyer und neuestem Newsletter. Die Dekanatssekretariate stellen die Adresstiketten zur Verfügung; die Übergabe des Sets erfolgt durch den Dekan, an der Master- oder Diplomfeier zusammen mit dem jeweiligen Diplom. Der Dekan weist in seiner Ansprache auf Alumni hin.

Philosophisch- Historische Fakultät

2006	18. Februar und 8. Juli
2007	17. Februar, 30. Juni, 22. Dezember

Philosophisch-Naturwissenschaftliche Fakultät

2006	18. November Bachelorfeier 26. November Master und Doktorfeiern Biozentrum
2007	jeweils November, 1 Woche vor und nach Dies Academicus

Die Anwerbung der Neuabsolventen der Psychologischen und Theologischen Fakultäten soll ab 2007 ebenfalls in der erwähnten Art erfolgen.

Die Anwerbung der Neuabsolventen der Medizinischen, Juristischen und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät erfolgt durch die jeweiligen Fakultätsalumni.

5.4. Fachgruppenalumni

Im Jahr 2006 wurde nach wenigen Gesprächen zwischen Geschäftsstelle und künftiger Präsidentin die **Fachruppenalumni Curatrix** gegründet. Die Gruppierung umfasst zurzeit rund 30 Abgängerinnen des Studienganges Pflegewissenschaften der Universität Basel und ist als Kollektivmitglied in die Dachorganisation AlumniBasel eingetreten.

Seit 2004 tritt AlumniBasel beim jährlichen Abschlussworkshop der Teilnehmerinnen des **win-Mentoring-Programmes** auf. Diese Gruppierung hat viel von der Universität profitiert und ist so gesehen für eine Alumni-Mitgliedschaft prädestiniert. Es soll noch im 2007 eine subcommunity der win-mentees gegründet werden. Die Gründerinnen haben mit der Geschäftsstelle für eine Beratung den Kontakt aufgenommen.

Verschiedene Gespräche wurden mit dem **Biozentrum** geführt, das gerne eine Alumngruppierung ins Leben führen möchte. Die Geschäftsstelle AlumniBasel hat dem Biozentrum zu diesem Zweck seine Liste der Biologie-Alumni zur Verfügung gestellt. Durch mehrmaligen personellen Wechsel seitens des Biozentrums hat sich aber die Konkretisierung dieses Projektes bisher verzögert.

Im März 2006 ist eine Delegation der Basler Sektion der **Schweizerischen Akademikerinnen Vereinigung** bei der Geschäftsstelle Alumnibasel vorstellig geworden. Sie ist an einer Kooperation interessiert. Die Gespräche sind im Gange.

5.5. Alumnistand an der Absolventenmesse meet and connect

Erstmals hat AlumniBasel mit einem Werbepostcard an der erst zum 2. Mal in Basel im Kollegienhaus durchgeführten Absolventenmesse meet and connect vom 11. Mai 2007 teilgenommen. Die Teilnahme hat sich als sinnvoll erwiesen, denn viele Studierende, die sich in den Abschlussemestern befinden, haben Alumni zum Teil erstmals wahrgenommen und liessen sich über alumni informieren. Auch konnten Kontakte mit Studierenden geknüpft werden, die jetzt im Ausland tätig sind und sich wieder an ihrer alma mater umsehen wollten

6. Event

Im Bereich Event ist zurzeit die Organisation und Durchführung des **Alumnitages** die Hauptaufgabe der Dachorganisation.

Der **2. Alumnitag** fand am **15.Juni 2006** statt. Das Konzept ist nach den Erfahrungen des ersten Alumnitages modifiziert worden und besteht neu aus einem wissenschaftlichen und einem geselligen Teil. Der wissenschaftliche Teil soll kommunizieren, dass die Universität Basel nahe an relevanten Themen arbeitet und dass hier spannende und aktuelle Forschung und Lehre betrieben wird.

Der wissenschaftliche Teil des 2. Alumnitages war den neuen Pandemien gewidmet und bestand aus einem Referatsmarathon mit 8 Fakultätsreferaten sowie einem Podiumsgespräch mit Topleuten aus der nationalen Szene.

Der gesellige Teil bestand aus einem Apero mit Begrüssung durch den Rektor, einem Cateringangebot durch sv service sowie einem Konzert mit der a cappella Band *The Glue*. Die Pressearbeit im Vorfeld sowie am Tage selbst wurde von der Öffentlichkeitsarbeit der Universität besorgt. Ebenso fand die erste GV des Vereins statt mit Jahresbericht und Präsentation der provisorischen Jahresrechnung.

Der Alumnitag wurde von rund 400 Personen (Segment 50 +) besucht. Die wissenschaftlichen Vorträge fanden ein sehr gutes Echo, während die Frequentierung des geselligen Teils, insbesondere das Konzert von *The Glue*, die Erwartungen nicht erfüllt hat.

7. Marketing

Im Rahmen des Mitgliedermarketings werden zur Zeit die folgenden Vergünstigungen und Benutzungsberechtigungen angeboten:

- Kollektivvertrag mit der OEKK im Bereich Zusatzversicherungen
- 10% auf alle Papeterieartikel im dings-shop (Universitätspapeterie) an der Kornhausgasse
- kostenlose Vermögensplanungsseminare mit der Stiftung BENEFIT

- spezielle Alumniangebote und Zugang zum Sprachenzentrum der Universität
- Zugang zum Unisport
- Zugang zum Hostel, dem Gästehaus des Universitätsspitals

- Online-Dienstleistungen des Alumniportals (Who-is-who, Forwardingadresse, Networkingfunktion)

8. Finanzen

Der Verein AlumniBasel hat sich im 2006 durch drei Quellen finanziert:

- ▶ Beitrag der Universität Basel
- ▶ Mitgliederbeiträge
- ▶ Sponsorengelder

Das durch die Universität zur Verfügung gestellte Betriebsbudget beläuft sich auf 50 000 CHF; für den Alumnitag wurden von der Universität 10 000 CHF zur Verfügung gestellt. Durch Fundraising konnten 15 000 CHF für die Durchführung des Alumnitages 2006 eingeworben werden.

Einnahmen 2006 durch Mitgliederbeiträge (gerundet):

AlumniBasel	23 000
PRO IURE	5 000
VBÖ	11 000
MEDIZINER	10 000

* Mediziner Alumni hat für 2006 nur CHF 10 000 statt ca. 26000 überweisen können.

Die Buchhaltung von AlumniBasel erfolgt über das interne Rechnungswesen der Universität Basel.

Ertragsrechnung und Bilanz 2006 sind von Ernst & Young, der Rechnungsprüfungsgesellschaft von AlumniBasel geprüft und für gut befunden worden. Allerdings ist empfohlen worden, dass das Verhältnis von Universität und AlumniBasel in einer **Leistungsvereinbarung** geklärt und geregelt werden soll.

Im Bereich Finanzen ist mit der Controllingstelle der Universität ein Berichterstattungs- und Controllingmodus erarbeitet worden. Ebenso ist geklärt worden, wie die verschiedenen Geschäftsvorfälle und Geldflüsse im internen Bereich (Kontenarten etc.) abgebildet werden sollen.

Der Budgetierungsprozess 2007 begann im Mai 2006 (Erstellung des Budgets 2007 durch BV und PL) und zog sich anschliessend infolge unklarer Zuständigkeiten dahin. Im Januar 2007 konnte geklärt werden, wie es nun weitergehen soll. Die inzwischen auch von der Kontrollstelle geforderte Leistungsvereinbarung zwischen Universität und Verein wird in dieser Frage Klärung schaffen und sollte zu einem effizienteren Budgetierungsprozess führen.

Basel, im Mai 2006

Dr. Bettina Volz, Geschäftsführerin
Geschäftsstelle AlumniBasel
Steingraben 5
CH- 4051 Basel
Tel. direkt +41 61 267 08 69
Tel. Admin. +41 61 267 08 68
Fax +41 61 267 12 39
E-Mail direkt: bettina.volz@unibas.ch
E-Mail Admin: alumni@unibas.ch