

Bakgrunnsinformasjon: Eksempler på alumnivirksomhet

5. februar 2024

Vedlegg til notat fra arbeidsgruppe «Alumninettverk på HF: Forslag til organisering og retningslinjer».

Arbeidsgruppen er bedt om å gi eksempler på hvordan alumninettverk organiseres internt på fakultetet, ved andre fakulteter og ved andre lærersteder.

Eksempler på organisering av alumninettverk internt på HF

Institutt for medier og kommunikasjon (IMK)

Alumninettverket X-IMK, ble etablert i 2006 (muligens før). Kom for alvor i gang ved IMKs 20-års jubileum i 2007. Da samlet vit.ass.-er inn over 1000 e-post adresser til tidligere studenter som ble invitert inn i nettverket. Har hatt regelmessig aktivitet fra 2007.

Faste aktiviteter:

I vårsemesteret arrangeres det fagdag på IMK m/ bidrag fra internt fagmiljø og eksterne gjester. Alle ansatte, studenter og alumner inviteres. I høstsemesteret inviteres til et sosialt treff på et lokale i byen – quiz, prat og hyggelig samvær.

Kanaler:

- FB – 859 følger siden, ca. halvparten er med i gruppen
- LinkedIn – gruppe med 473 medlemmer

Organisering:

- Valgt styre. X-IMK har egne vedtekter.

Forankring IMK:

- Ildsjel basert, FVA Arnt Maasø sitter i styret og er kontaktpunktet på IMK. X-IMK får noe økonomisk bistand fra instituttet til fagdag (til pizza, blomster til innledere etc.).

Hvem kan bli med i nettverket?

- Tidligere måtte man ha en grad fra IMK. Nå inviteres nåværende studenter inn. Også de som har en mediefaglig utdanning fra en annen institusjon og bor i Oslo kan bli med.

Formål:

- Koble nåværende og tidligere studenter – nettverksbygging
- Faglig oppdatering
- Kontakt med arbeidslivet /bransjetilknytning /nettverksbygging /rekruttering
- Praksisplasser

Institutt for arkeologi, konservering og historie (IAKH)

Alumninettverket til IAKH er fakultetets nyeste alumninettverk. Det ble opprettet høsten 2023 etter at engasjerte studiekonsulenter og instituttledelsen bestemte at dette var en god måte å nå målene om å styrke studienes arbeidslivsrelevans og øke arbeidslivskontakten.

Faste aktiviteter:

Det er så langt blitt arrangert et sosialt-faglig treff i oktober med fag- og karriererelatert innhold, samt sosiale aktiviteter. Det var rundt 50 deltagere. Det vurderes å invitere alumner til bachelorstudentenes arbeidsliv- og karriereseminar, samt arrangere et felles event for nylig uteksaminerte bachelorstudenter og alumner ved semesterslutt.

Kanaler:

- Nettside: [Alumninettverket for historie - Institutt for arkeologi, konservering og historie \(uio.no\)](http://Alumninettverket%20for%20historie%20-%20Institutt%20for%20arkeologi,%20konservering%20og%20historie%20(uio.no))
- En mail som kontaktpunkt for henvendelser: historiae-alumni@hf.uio.no
- En LinkedIn-side (134 følgere) der generelle arrangementer på instituttet, alumniarrangementer, aktuelle stillinger, tips om samarbeid med utdanningsinstitusjonen og forskning deles.

Organisering

- Studiekonsulent som sørger for at nettverket blir opprettholdt.
- Et styret med 4 alumner og en historiestudent (foreløpig utpekt styre, ikke valgt).
- Styret gir innspill på arrangementer og bidrar i gjennomføringen.

Forankring IAKH

- Ble opprettet etter ønske fra instituttledelsen og gjennom engasjerte studiekonsulenter.
- En studiekonsulent har blitt tillagt 10% av sin stilling til arbeidet med opprettelse og drift.
- Instituttet har vedtatt et budsjett til årlige aktiviteter.

Hvem kan bli med i nettverket?

- Foreløpig kun uteksaminerte masterkandidater som er blitt invitert inn.
- Bachelorstudenter/lektorstudenter med historie er ikke avklart.

Formål

- Bruke nettverket til å øke studienes arbeidslivsrelevans.
- Styrke instituttets og studentenes kontakt med arbeidslivet.
- Praksissamarbeid/gjesteforelesninger/utflukter/etc.

Eksempler på organisering av alumninettverk UiO sentralt/ved andre fakulteter

UiO sentralt

UiO tilbyr rådgivning til enhetene om alumnusvirksomhet. Tidligere var UiO systemeier for alumnusdatabase/CRM-system, men dette er systemer som er avviklet. Normalt viser UiO nå til Make som best egnet verktøy for alumnusvirksomhet.

Det er opp til enheten selv å benytte verktøyet som passer best for dem med tanke på ressursbruk og vedlikehold.

Med hensyn til nettsider vurderer UiO en løsning med en sentral nettside som peker ut til de lokale alumnusnettverkene.

I rådgivningen til enhetene vektlegges behovet for å utvikle en tjeneste hvor man har best mulig forutsetninger for å opprettholde kontinuitet siden alumnusvirksomhet er langsiktig relasjonsbygging.

Det samfunnsvitenskapelige fakultet (SV)

SV har identifisert alumni som ett av fem felles satsingsområder i rapporten Samfunns- og arbeidslivsrelevante studier (2021). I oppfølgingen har SV gjennomført to arbeidsstuer der alle studiekonsulenter var invitert. Tema: hva har vi gjort før, hva gjør vi i dag, og hvilke planer har vi fremover. Har også sett på ressurser, personvern, kanalvalg, kommunikasjon, arrangementer, ambassadørroller, systemer, strategi og handlingsplaner.

Det er opprettet et internt nettverk som ledes av fakultetet ved arbeidslivskoordinator og med en representant fra hver enhet, som møtes 2-3 ganger per semester. Nettverket vektlegger kompetanseheving, erfaringsdeling og sikre et langsiktig arbeid.

Fakultetet bidrar med kompetanse og erfaring, sikre personvern, nettsider, lisens for bruk av Make, tilgang til ressurser gjennom case.org (internasjonal alumniorganisasjon) og invitasjoner til møter i nasjonalt nettverk for alumni-virksomhet.

SV legger opp til nettsider per nettverk, og en felles nettside på fakultetet.

SV har i dag flere aktive nettverk. Det er en målsetting at alle enheter skal lansere sine nettverk våren 2024, slik at det kan gjøres en felles rekrutteringskampanje blant årets avgangstudenter.

Det teologiske fakultet (TF)

TF sender ut nyhetsbrev, og rekrutterer mottakerne før de er ferdige som studenter. Nyhetsbrevet går ut inntil tre ganger per semester, og har info om arrangementer, forskningssaker, andre aktuelt saker og nye publikasjoner.

TF har også et årlig alumniseminar for tidligere studenter på profesjonsstudiet i teologi.

Fakultetet publiserer Nytt norsk kirkeblad seks ganger i året. Mange av mottakerne er tidligere studenter.

Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet (MN)

Alumnikontakt styres av instituttene, og praktiseres derfor ulikt. Matematisk institutt har blant annet en velfungerende alumniordning.

Det odontologiske fakultet (OD)

OD har ingen strategi rettet særskilt mot alumni, men inviterer folk til å like Facebook-siden til fakultetet. Det er mange tidligere studenter som følger OD på Instagram og på Facebook. Som profesjonsfakultet har alumni en sterk identitet knyttet til studiestedet. Fakultetet har også samarbeid med Tannlegeforeningen og Tannpleierforeningen, og når alumner der.

Det utdanningsvitenskapelige fakultet (UV)

UV har en LinkedIn konto hvor de primært viser hvordan det er å jobbe på UV, og hvor de legger ut alle stillingsannonser. Utgangspunktet er at de kommuniserer med folk utenfor UV. Kanalen brukes ikke til å rekruttere studenter, men til å rekruttere til videreutdanning.

Oppfordrer forskere, postdoktorer og studenter til å dele på LinkedIn, siden det oppleves mer troverdig og interessant enn når institusjonen deler innhold.

Har bygget kanalen ved å få alle fast ansatte som er på LinkedIn til å følge, og forsøker å få folk til å kommentere og dele. Poster 2-4 ganger per uke.

Eksempler på organisering av alumninettverk på andre lærersteder

Arbeidsgruppen har deltatt på et todagers seminar for nasjonalt nettverk for alumnivirksomhet og undersøkt nettsteder for å innhente informasjon om hvordan nettverk organiseres og driftes på andre lærersteder.

Norges Handelshøyskole

Alumninettverket ved Norges Handelshøyskole har en dedikert ansatt som leder nettverket og er særlig kjent for den årlige alumnikonferansen, der de kårer årets alumni. NHH har et alumniråd som byttes ut hvert fjerde år, det er ikke honorert, men kostnader dekkes. Styret er ikke vedtaksdyktig, men rådgivende og har et mandat. NHH Alumni har arrangementer med store geografisk spredning og et eget alumnifond der alumnene kan bidra økonomisk til finansiering av forskning og formidling.

Tall og fakta

- NHH har 13 000 registrerte alumner.
- Et studiepoeng er nok for å kvalifisere til alumni.
- NHH har en alumnigruppe på LinkedIn med over 6800 medlemmer.
- NHH har en facebookside for alumner med over 4000 følgere.
- Hovedkommunikasjonen er via nyhetsbrev.
- Kommunikasjonen inneholder alumner på nyhetene, arrangementer, forespørsel om mentorprogram, alumnipils og mer.
- NHH prioriterer å nå ut til nye kull.

Handelshøyskolen BI

BI måler relevans, omdømmebygging og mersalg – og innsatsen med alumni er en måte å styrke dette arbeidet på. Kontakten med alumner er også essensielt for å bevare den tette tilknytningen til næringslivet som BI har. BI deler årlig ut en Alumni Award.

Tall og fakta

- BI Alumni har ca. 11 000 medlemmer.
- BI tar kontakt med alumner på bakgrunn av berettiget interesse (inntil 5 år etter endt studier) og studenter kan registrere/omregistrere seg som alumn i samme system som studentregisteret.
- Hovedkommunikasjon er via nyhetsbrev.
- Alumner kan engasjere seg som gjesteforeleser og foredragsholdere på ulike arrangementer, samt arrangere reunions for kull, og involvere bedriften sin i et samarbeid med lærerstedet.

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Arbeidet med alumninettverk startet i 2006 da NTNU vedtok å etablere et “velrennomert nettverk for tidligere studenter ved NTNU” Hensikten var at nettverket skulle brukes til å tiltrekke seg studenter, få tilbakemeldinger på utdanningskvaliteten, tilby videreutdanning for bedrifter og brukes som gjesteforelesere. Den viktigste nytteverdien ble vurdert som muligheten til å hjelpe studenter til fremtidig jobb. I dag er det en ansatt tilknyttet Karrieresenteret som bruker store deler av stillingen sin på å gjenoppta et alumniarbeid som fikk en knekk etter pandemien.

Tall og fakta

- NTNU har en sentral alumnidatabase i Super Office med 40 000 registrerte alumner.
- Registrerer man seg som alumn blir en automatisk lagt til i etablerte nettverksgrupper knyttet til den registrerte utdanningen.
- NTNU bruker nyhetsbrev for å spre informasjon til sine alumner.

- Det eksisterer noen facebooksider, men det er langt flere LinkedIn-grupper. Det er en hovedgruppe med 13 500 medlemmer, samt flere undergrupper basert på språk/områdetilhørighet, og flere på bakgrunn av fag/studieprogram.
- Uttalte medlemsfordeler for alumnene er EVU, invitasjon til konferanser, seminarer og sosiale arrangementer, årlig alumniforelesning, LinkedIn-kurs, informasjon og nyheter fra NTNU og fagmiljøet sitt, tilgang til bibliotekstjenester og medlemskap i nettverksgrupper.
- NTNUs alumninettside har fokus på karriereintervjuer.

Oslo MET

Tall og fakta

- Det er 33 alumninettverk på Oslo Met som er presentert oversiktlig på nettsiden etter fakultetstilhørighet.
- Nettverkene er ganske jevnt fordelt mellom LinkedIn-grupper og Facebook-grupper, samt noen som registreres i nettskjema eller oppfordrer til epost-henvendelse.

OsloMet har en nettside som oppfordrer studenter til å melde seg inn i en alumnigruppe og nyhetsbrevet sitt. Nettsiden gir LinkedIn-tips og fremmer alumni-tilbud om karriereveiledning (inntil to år etter endt utdanning). OsloMet har også publisert en oppskrift for hvordan man kan gå frem for å starte en alumnigruppe, som inkluderer tips til plattform (Facebook, LinkedIn, Teams) og at lærerstedet kan hjelpe til med å nå ut til tidligere studenter. Nettsiden gir også tips og råd om aktiviteter alumnene kan arrangere og ønsker tips om det ikke er noe som administrerer gruppen lengre. Det er også en del nettartikler nyttige for alumner.

Universitetet i Agder

Målet med alumniarbeidet på UiA er tettere kontakt med tidligere studenter, ha en arena for å kommunisere nyheter fra lærerstedet, bygge lojalitet til universitetet, skape oppmerksomhet om behov og prioriteringer, samt påvirke meningsdanning og beslutningsprosesser. Alumninettverket er også en global satsing, ved at de bruker alumner som jobber internasjonalt som UiA Ambassadører. Promotering av alumniordningen til avgangsstudentene er høyest prioritert, og UiA Alumni er til stede ved avslutninger, i canvas og ved direkte henvendelser for å utvide alumninettverket.

Tall og fakta

- Arbeidet med UiA Alumni ble igangsatt 2017.
- Arbeidet er organisatorisk plassert i kommunikasjonsavdelingen.
- Det er to sentrale nettverksgrupper på LinkedIn og Facebook for alle alumner tilknyttet UiA
- UiA har en alumninettside med oversikt over alle nettverkene kategorisert etter hvilket fakultet det hører til, og hvert fakultet har en overordnet kontaktperson.
- De fagspesifikke nettverkene er organisert på Facebook eller LinkedIn, noen av nettverkene har en egen alumninettside. Det er 15 fagspesifikke nettverksgrupper.

Alumnifordeler på UiA:

- Faglig påfyll (arrangementer, tilgang på fagstoff, nyhetsbrev og EVU).
- Studentsamarbeid: praksis, bedriftsbesøk, oppgaver, studentkontakt og mentorering).
- UiA kan tilrettelegge for sosiale sammenkomster.
- Karriereveiledning (inntil to år etter at du er ferdig).
- Medlemskort med rabatter og fordeler ved ulike severdigheter.

Utfordringen til UiA er å øke antall alumner og få alumniaktiviteter knyttet til alle fagområder. Det er også ulike synspunkter blant de ansatte om verdien av et nettverk, noe som påvirker arbeidet. Det å utvikle gode struktur og organisering av arbeidet er også en utfordring.