

Dagordning Styrelsemöte 04 2011

Tid: Tisdag 12 april 2011 klockan 19.00

Plats: Fakultetsklubben, Kårhuset

§ Ärende	Åtgärd	Kom	Bilaga
1 Mötet öppnas	Beslut		
2 Tid och sätt	Beslut		
3 Val av justeringsperson	Beslut	X	
4 Eventuella adjungeringar	Beslut		
5 Dagordningen	Beslut		
6 Föregående mötesprotokoll	Information	X	S4 2011 – 1, 2
7 Namnfrågan - status	Information		
8 Årets verksamhet – Marknadsföring	Beslut		S4 2011 – 3, 4
9 Förslag - Sektionssamarbete	Beslut		S4 2011 – 5
10 Varkamhetsplan 2011	Beslut		S4 2011 – 6
11 Beslutsuppföljning	Beslut	X	
12 Vårens aktiviteter	Diskussion	X	
13 Rapport om medlemsanslutning	Information		
14 Ekonomisk rapport	Information		
15 Nästa möte	Diskussion	X	
16 Övrigt	Diskussion		
17 OFMA	Beslut		

Med vänliga hälsningar

CHRISTIAN NILSSON

Ordförande, Alumniföreningen vid LTH

§3 Undertecknad föreslår styrelsen

att välja Martin Appelgren till justeringsperson.

§6 Mötesprotokoll för S2 och S3 2011 föreligger. Undertecknad föreslår styrelsen

att godkänna föregående mötesprotokoll.

§11 Se protokoll från 2011-03-01.

Undertecknad föreslår styrelsen

att godkänna bifogad beslutsuppföljning.

§12 Följande tre aktiviteter har styrelsen beslutat om:

- Jesperspex, på en fredag som bestäms av Christian i samråd med Jesperspexet. Total budget för detta är 5000 kronor.
- Besök på Vattenhallen, på lämplig tid. Magnus tittar närmare på det här. Total budget är 3000 kronor.
- Alumnipub, under skicklig ledning av Martin. Budget är 1000 kronor.

§15 Undertecknad föreslår styrelsen

att fastställa tiden för nästa styrelsemöte till tisdagen den 16 maj.

PROTOKOLL

Styrelsemöte S02 2011

Lund, 1 mars 2011

Jacob Gradén, sekreterare

Protokoll Styrelsemöte 02 2011

Tid: 2011-03-01, klockan 19.00

Plats: Perstorp, Kårhuset

Närvarande

Styrelsen

Ordförande	Christian Nilsson
Sekreterare	Jacob Gradén
Kassör	Rolf Andersson
Styrelseledamot	Martin Appelgren
Styrelseledamot	Alexander Hang
Styrelseledamot	Maria Nykvist
Styrelseledamot	Magnus Särnqvist
Styrelseledamot	Gabriella Westerdahl
Styrelseledamot	David Åström

Övriga

Inga övriga närvarande

Ej närvarande ur styrelsen

Styrelseledamot Lars Nellgård

Beslut och diskussioner

- § 1 *OFMÖ* Christian Nilsson förklarade mötet öppnat kl 19.15.
- § 2 *Tid och sätt* Styrelsen beslöt
att godkänna tid och sätt för mötets utlysande.
- § 3 *Val av justeringsperson* Styrelsen beslöt
att välja Maria Nykvist till justeringsperson.
- § 4 *Adjungeringar* Inga adjungeringar förelåg.
- § 5 *Dagordningen* Styrelsen beslöt
att godkänna dagordningen med tillägg av punkt 15: Es alumniträff, innan tidigare punkt 15.
- § 6 *Föregående mötesprotokoll* Styrelsen beslöt
att godkänna protokollet för S01 2011
att godkänna protokollet för S04 2010
- § 7 *Relation till LTH* Christian Nilsson föredrog punkten och redogjorde för de diskussioner som förts med LTH. Styrelsen diskuterade enligt fyra huvudsakliga spår:
1. Helt upplösa föreningen och disponera tillgångarna på lämpligt sätt

2. Upplösa föreningen, överföra tillgångar till LTH, och ingå som en del av LTH. Exakt förslag från LTH har ännu inte inkommit, men de övergripande ramarna föredrogs.
3. Byta namn på föreningen till ett namn som inte innehåller LTH. Detta är i praktiken ett krav från LTH idag, oavsett vilka andra beslut föreningen tar.
4. Inleda ett samarbete med TLTH. Detta löser namnproblematiken och ger samtidigt möjlighet till smidigt samarbete eftersom kåren redan har ett omfattande socialt arbete.

Styrelsen beslöt

att det inte är intressant att lägga ned föreningen

att det inte är intressant att bli en del av LTH

att det är nödvändigt att byta namn på föreningen

att vidare utreda hur ett samarbete med TLTH kan se ut, vilket uppdras åt Christian Nilsson

§ 8 Årets verksamhet – Syfte

Magnus Särnqvist föredrog utkastet till föreningens syfte i form av elva möjliga inriktningar.

Styrelsen beslöt

att fokusera på **social gemenskap** och **information** som föreningens huvudsyften

att uppdra åt Magnus Särnqvist att framlägga ett förslag till verksamhetsplan

§ 9 Beslutsuppföljning

Hemsida: Hemsidan har uppdaterats till ny teknisk plattform, och krav har samlats in. Martin Appelgren och Jacob Gradén arbetar vidare med hemsidan utifrån insamlade krav.

Facebookgrupp: Gruppen har få medlemmar. Gabriella Westerdahl stänger gruppen till den åttonde mars och informerar om att en ny grupp kommer att startas.

Styrelsen beslöt

att uppdatera beslutsuppföljningen enligt tabell nedan.

§ 10 Vårens aktiviteter

Christian Nilsson berättade om de planerade aktiviteterna.

Jesperspexet: Jesperspexet hade 24 besökare, och gick i stort sett enligt budget – möjligen aningen mer.

Vattenhallen: Magnus Särnqvist har undersökt möjligheten till besök på Vattenhallen. Vattenhallen rekommenderar ett minst två timmar långt besök. Det kostar hälften så mycket på vardagar som på helger. Kostnad per grupp (troligen rimlig maxstorlek) är ungefär 3000 kronor. Magnus Särnqvist pratar närmre med Vattenhallen om datum.

Alumnipub: Christian Nilsson har kollat upp alumnipubarna. De ligger på tisdagar, kontakt genom Stefan på km@lth.se, och hålls i Cornelis i samband med TLTH. Martin Appelgren följer upp detta vidare.

IVA: Jacob Gradén tog upp frågan att IVA, www.iva.se, regelbundet håller intressanta föreläsningar i Lund. Rolf Andersson följer upp detta vidare och ser efter om det är intressant för vår del.

PROTOKOLL

Styrelsemöte S02 2011

Lund, 1 mars 2011
Jacob Gradén, sekreterare

- § 11 *Rapport från ordföranden* Fler medlemmar strömmar in, vilket är trevligt.
Martin Appelgren tog också upp att han hade gästat Datatekniksektionens alumnimiddag och berättat om föreningen. Sedan dess har en ny medlem därifrån anmält sig.
- § 12 *Ekonomisk rapport* Rolf Andersson föredrog föreningens ekonomi. Inga större förändringar har skett sedan senast.
- § 13 *Årets budget* Christian Nilsson föredrog årets budget. Den version som presenterades på S01 var förslaget till förra årets beslutande möte, inte den slutliga versionen. Korrekt version är bifogad det här mötet.
- § 14 *Nästa möte* Nästa möte är Bokslutsmötet, måndagen den 28 mars.
Styrelsen beslöt
att förlägga nästa styrelsemöte till tisdagen den 8 mars.
att förlägga näst-nästa styrelsemöte till tisdagen den 12 april.
- § 15 *Es alumniträff* E-sektionen planerar en alumnimiddag under hösten, ungefär november.
Magnus Särnqvist tog upp frågan om föreningen vill vara med och sponsra. Exakt format diskuteras vidare.
Jacob Gradén ställde frågan om E-sektionen har intresse av ett alumniutrymme under www.alumniforeningen.se, varvid Magnus Särnqvist svarade affirmativt.
Styrelsen beslöt
att sponsra E-sektionen med 2500 kronor, mot synlighet inför och under evenemanget
- § 16 *Övrigt* Ekosystemteknik kontaktade oss förra året om hjälp med alumنيفest. Ingen vidare kontakt har förekommit. Vi kommer att skicka ett snällt mail till ekosystemteknik och fråga om de har kommit vidare, och om vi i så fall kan hjälpa till med ekonomi, hemsida eller andra saker.
Martin Appelgren lyfte frågan att vi borde ha ett digitalt arkiv på lämpligt ställe. Jacob Gradén föreslog att vi skulle kunna lägga upp detta på hemsidan, skyddat så att endast styrelsen har tillgång till detta.
- § 17 *OFMA* Mötet avslutades 20.30.

Beslutsuppföljning

Möte	Punkt/Beslut	Uppdras åt	Redovisas
S01 2011	Facebookgrupp – stäng gruppen.	Gabriella Westerdahl	S03 2011
S01 2011	Marknadsföring – hur kan vi nå ut till nya och nuvarande medlemmar?	Jacob Gradén	S04 2011
S01 2011	Medlemsundersökning – vad vill våra medlemmar se att vi gör?	Alexander Hang, David Åström	S05 2011

PROTOKOLL

Lund, 1 mars 2011
Jacob Gradén, sekreterare

Styrelsemöte S02 2011

S02 2011	Möjligheter för samverkan med TLTH. Vilka formella och informella krav och tillgångar finns? Tag fram ett konkret förslag för hur en samverkan skulle kunna se ut, både vad gäller ekonomi, medlemmar, reklam, marknadsföring etc.	Christian Nilsson	S03 2011
S02 2011	Föreslå utkast till ny verksamhetsplan som reflekterar syftet: social gemenskap och information.	Magnus Särnqvist	S04 2011
S02 2011	Vattenhallen – när och hur passar det att vi besöker Vattenhallen? Hur många kan vi vara i gruppen? Kan vi betala allting, eller erbjuder vi endast rabatterat pris?	Magnus Särnqvist	S04 2011
S02 2011	Alumnipub – är det möjligt för oss att bjuda in våra medlemmar till alumnipubarna?	Martin Appelgren	S04 2011
S02 2011	IVA – är det möjligt för oss att låta våra medlemmar gå på IVAs föreläsningar? Vilka föreläsningar kommer under året?	Rolf Andersson	S04 2011
S02 2011	Tag fram ett förslag till synlighet på E-sektionens alumniträff i november, samt hur föreningen kan stödja E-sektionen.	Magnus Särnqvist, Jacob Gradén	S05 2011
S02 2011	Kontakta Ekotekniksektionen och erbjud pengar, hemsida och andra former av stöd till deras alumnidag.	Christian Nilsson	S05 2011
S02 2011	Skapa ett utkast till E-sektionens alumniförening under www.alumniforeningen.se/elektro eller liknande. Lägg även in emailadresser som hjälp åt dem.	Jacob Gradén	S04 2011
S02 2011	Ett digitalt arkiv behöver skapas, lämpligen på hemsidan, och gamla dokument behöver samlas in.	Martin Appelgren	S04 2011

Vid protokollet

Justeras

JACOB GRADÉN
Sekreterare

MARIA NYKVIST
Justeringsperson

Justeras

CHRISTIAN NILSSON
Mötesordförande

Protokoll Styrelsemöte 03 2011

Tid: 2011-03-08, klockan 19.00

Plats: Perstorp, Kårhuset

Närvarande

Styrelsen

Ordförande	Christian Nilsson
Sekreterare	Jacob Gradén
Kassör	Rolf Andersson
Styrelseledamot	Alexander Hang
Styrelseledamot	Magnus Särnqvist
Styrelseledamot	Maria Nykvist
Styrelseledamot	Martin Appelgren

Övriga

Ordförande Teknologkåren Erik Iveroth

Ej närvarande ur styrelsen

Styrelseledamot	David Åström
Styrelseledamot	Gabriella Westerdahl
Styrelseledamot	Lars Nellgård

Beslut och diskussioner

- § 1 OFMÖ Christian Nilsson förklarade mötet öppnat kl 19.15.
- § 2 Tid och sätt Styrelsen beslöt
att godkänna tid och sätt för mötets utlysande.
- § 3 Val av justeringsperson Styrelsen beslöt
att välja Maria Nykvist till justeringsperson.
- § 4 Adjungeringar Erik Iveroth adjungerades.
- § 5 Dagordningen Styrelsen beslöt
att godkänna dagordningen.
- § 6 Relation till TLTH Christian Nilsson föredrog punkten och redogjorde för de diskussioner som förts med TLTH. Teknologkårens ordförande Erik Iveroth deltog i diskussionen och svarade på frågor.
- Styrelsen beslöt
att uppdra till föreningens ordförande (tillsammans med Teknologkårens ordförande Erik Iveroth) att utarbeta ett förslag till årsmötet, om att ingå ett samarbete med TLTH – huvudsakligen enligt följande grundprinciper:
- TLTH uppdaterar sina stadgar med vad TLTH erbjuder till

PROTOKOLL

Styrelsemöte S03 2011

Lund, 8 mars 2011

Jacob Gradén, sekreterare

- föreningen
 - Föreningen uppdaterar sina stadgar med vad föreningen erbjuder till TLTH
- att* uppdra till föreningens ordförande att: utarbeta ett förslag till årsmötet för att byta namn
- att* uppdra till föreningens ordförande att: utarbeta ett förslag till LTH, som presenteras på ett möte med företrädare för LTH, där föreningens styrelseordförande, Teknologkårens ordförande Erik Iveroth, och eventuellt andra ur föreningen eller Teknologkåren, deltar
- att* uppdra till föreningens ordförande att: utarbeta ett förslag till budgetmötet om hur vi bäst kan undgå konflikt med LTH, och röra oss i den riktning som gagnar föreningen bäst

§ 7 Övrigt

Magnus Särnqvist tog upp mötet med E-sektionens alumniråd. Jacob Gradén ska lägga upp en mailadress (elektro@alumniforeningen.se) som går till alumnirådet; en mailadress (elektroalumni@alumniforeningen.se) som går till alumner från E-programmet; samt en hemsida för E-sektionens alumniverksamhet under www.alumniforeningen.se/elektro.

Till en början kommer denna hemsida att innehålla statisk information med information om Es stora alumnimiddag under 2011, samt länkar tillbaka till E-sektionens hemsida (fotoarkiv etc). På lite längre sikt kommer ett fullständigt ramverk att implementeras.

§ 8 OFMA

Mötet avslutades 20.40.

Vid protokollet

Justeras

JACOB GRADÉN
Sekreterare

MARIA NYKVIST
Justeringsperson

Justeras

CHRISTIAN NILSSON
Mötesordförande

Handlingsplan – Marknadsföring

Föreningen har behov av att konkretisera planer för sin marknadsföring och arbeta aktivt med rekrytering av medlemmar, och det är med bakgrund av detta som vi upprättar detta dokument för att kunna arbeta strukturerat. Samtidigt är det viktigt att man ser marknadsföring som en naturlig del av all vår verksamhet och att allting som ökar vår synlighet är en del av vår marknadsföring. Till grund för detta ligger ett mer omfattande dokument som framkommit genom funderingar och diskussioner.

Initialt anser vi att vi bör fokusera på segmentet yngre alumner, men givetvis är all marknadsföring mot alumner väldigt viktig. Anledningen till att vi vill göra en satsning mot yngre alumner är att vi har få medlemmar i den åldersgruppen men har relativt lätt att nå ut till stora grupper av dem. Vi vill också arbeta mot att öka synligheten mot studenter.

Marknadssegment

- Nollor
- Yngre studenter
- Äldre studenter
- Nya alumner
- Alumner
- Äldre alumner

Kanaler

- Hemsidor
 - www.alumniforeningen.se
 - www.lth.se
 - Sektionernas hemsidor
 - LTHs / LUs hemsidor
 - LTHs / LUs alumninätverkssidor
- Email
 - Vår medlemslista
 - Sektioners medlemslistor
 - LTHs / LUs alumnilistor
 - Listor till (tidigare) kår- och sektionsaktiva
 - Listor till aktiva studenter, olika program och årskurser
 - Privata nätverks listor
- Snailmail
- Facebook
 - Vår grupp
 - Vänner
- LinkedIn
- Vänner
- Affischer
- Föreläsningar (universitet)
- Föreläsningar (kvällar)
- Telefonnummer (mestadels till bekanta)
- Sektionsarrangemang, speciellt alumnisaker
- Kårarrangemang
- Tidningar - LTH-nytt osv.

Åtgärder

Vi att vi under sommaren tar följande åtgärder

- Upprätta en Facebook-grupp/page i syfte att rekrytera medlemmar
 - Kanal - Facebook
- Samtliga i styrelsen gör en lista över personer som som gått på LTH och som hon/han känner bra nog för att hon/han ska kunna maila eller ringa och motivera att gå med i föreningen. Detta kan göras i etapper och vi bör sätta upp rimliga målsättningar, t.ex. 5 personer per person.
 - Kanal – Ringa/e-mail
- Vi använder TLTHs gamla register och ser om vi kan göra ett email-utskick till de adresser som finns
 - Kanal – TLTH-email
- Fortsätter att delta vid sektioners alumniverksamhet och alumniutskick i syfte att synas mot studenter och alumner
 - Kanal - Sektionsevenemang
- En större uppföljning bland dem som valt att gå ur föreningen genom att inte betala medlemsavgiften
 - Kanal – Email och/eller snigelpost

I höst utvärderar vi och vidtar nya åtgärder.

Alumniföreningen vid LTH, marknadsföring

Strategisk position

1. Vad är vårt fokus? (Se Syfte/Vision)
 - a. Social gemenskap: Låta alumner hålla kontakten på ett flertal olika sätt
 - b. Information: Skicka ut relevant information, med lämplig frekvens, om vad som händer i alumniföreningen, på kåren, på sektionerna, och kanske på LTH / i Lund.
2. Vad är våra medel? (Se Syfte/Vision)
 - a. Personlig kontakt: arrangemang av olika slag
 - i. Rent sociala, typ afterwork eller spex
 - ii. Ren utbildning, typ föreläsningar av professorer eller alumner
 - iii. Ren karriärbyggnad, typ företagsbesök eller företagsmässor (Arkad?)
 - iv. Kombinationer av ovanstående
 - b. Elektronisk kontakt: person till person, och föreningen till alla
 - c. Papperskontakt: sällan, föreningen till alla. Julkort?
 - d. Stöd till andra alumniföreningar, främst sektionerna, och synlighet i utbyte
3. Vem konkurrerar vi mot? *Detta stycke tycker jag är mindre intressant för denna diskussion*
 - a. Sektionernas alumniverksamhet: definitivt
 - b. TLTHs alumniverksamhet: otroligt definitivt, om den finns. Finns den?
 - c. LUS? Har de något?
 - d. LTHs alumniverksamhet: definitivt, om den finns. Finns den, eller ligger allt på LU?
 - e. LUs alumniverksamhet: definitivt
 - f. Andra studentnätverk (nationer, spex osv): ja, delvis
 - g. Privata alumninätverk / sociala klubbar: delvis (knappt - de är mycket mindre)
4. Vem kan vi samarbeta med?
 - a. Sektioner: definitivt, åtminstone några av dem, och i lite olika avseenden - det är sällan nära samarbete inom sektionen mellan exempelvis nollning och alumniarbete. Vi kanske kan köpa oss in hos nollningen?
 - b. TLTH: otroligt definitivt - vi borde egentligen vara samma sak
 - c. LTH: helt klart, de har kontaktdata (eller har LU detta?) och vidareutbildningskompetensen (samt lokaler och pengar)
 - d. LU: ja, de har kontaktdata (eller har LTH detta?), lokaler, och pengar
 - e. Nationer: möjligen - vad kan vi isf erbjuda dem? har de alumninätverk? vill vi överhuvud taget samarbeta med dem om någonting? lokaler, kanske? studentupptåg?
 - f. Spex: ja - åtminstone vissa. Jesperspexet har vi mycket god relation till, men det kanske framförallt är som någonting vi kan ge till våra medlemmar? Kan vi utnyttja våra goda band till dem för att få billigare events / bättre behandling / specialuppträdanden osv? Kan vi få dem att uppträda på våra evenemang som underhållning?

- g. Privata alumninätverk: definitivt. Får vi kontakt med dem lär de vara mycket intresserade av att sprida vår information internt, och kommer sannolikt att sätta upp förfester osv för att samla ihop sig själva.

Tillväxtmål

- Hur många studenter har tagit examen från LTH?
- Hur många, mer exakt, börjar på LTH varje år?
- Hur många studenter har läst en viss tid (säg tre år) på LTH, men har inte tagit examen?
- Totalt, vad är vår potentiella medlemsbas? (Ekonomihögskolan har ungefär 40 000, som jämförelse.)
- Vi har cirka 600 medlemmar idag.
- Hur många medlemmar kan vi växa med per år?
 - Vi borde, utan större problem, kunna nå ut till minst 500 studenter varje år via email.
 - Vi borde kunna nå ungefär 10 alumner per kontaktperson vi har (gamla kår- och sektionsmänniskor, våra vänner osv). Med 50 kontaktpersoner borde vi kunna nå ut till ungefär 500 till.
 - Om bara 10% av dem går med i föreningen, så växer vi med 100 personer varje år. Jobbar vi aktivt med det, borde vi kunna växa med flera hundra personer per år.
- Vi borde kraftigt överväga två sorters medlemskap: Aktivt (betalande) och passivt (gratis, där man endast får information) - eller liknande. Vi vill kunna locka in folk, och få dem att inse nyttan och nöjet av att betala. Samtidigt vill vi inte riskera att förlora betalande medlemmar, så att de blir passiva medlemmar.

SWOT

1. Vad är våra styrkor? Hur kan vi utnyttja dem?
 - a. Kapitalstarka (framförallt: mer kapitalstarka än sektionerna)
 - i. Köp det vi vill ha av sektionerna: integration, synlighet, gemensam förening, centralisering
 - b. Många gamla medlemmar
 - i. Kontakta ännu fler gamla och få medlemmar den vägen
 - ii. Fundraising (ålder korrelerar starkt med förmögenhet)
 - iii. Företagskontakt (ålder korrelerar starkt med makt - vi borde inventera vem vi har på vilken position, och även tänka på offentlig sektor)
 - c. Mycket nära kontakt med TLTH
 - i. Be kåren mjuka upp sektionerna för att bli gemensamma
 - ii. Pengabidrag från kåren (i uppstartsfasen - flödet vänder när vi väl är igång). Har industriutskottet en budget för alumnerier?
 - iii. Gratis lokaler
 - iv. Gratis membithantering
 - v. Kontaktinformation för nuvarande studenter / nyblivna alumner
 - vi. Kåren som påtryckning gentemot LTH / LU
 - vii. Kontaktförmedling till andra alumniföreningar

- viii.Plats på kårsafari, Arkad med mera
 - d. Personer som är vana att handskas med LTH / LU
 - e. Kontakt med företag
 - i.Sponsring
 - ii.Studiebesök
 - iii.Föredrag
 - f. Medlemskap - vi har ett formellt medlemskap, vilket ger vissa fördelar
 - i.Sektionerna slipper hålla reda på egna listor över vem som är och inte är medlem; vi kan hantera alla alumner på ett bräde - kanske rentav räkna dem som medlemmar i TLTH? Det skulle förenkla alkoholtillstånd osv våldsamt.
2. Vad är våra svagheter? Hur kan vi handskas med dem?
- a. Mindre kapitalstarka än LTH / LU
 - i.Mer fokuserade på alumner, så i praktiken ganska jämbördiga
 - ii.Bygg upp kapitalet och förvalta det väl
 - b. Begränsningar på tid och energi - vi jobbar, och minst tre i styrelsen befinner sig oftast i Danmark
 - i.Bygg upp nära band med fler människor, så vi har större pool
 - ii.Kanske kan knyta in studenter på senare åren till verkställande jobb
 - iii.Framförhållning och planering
 - c. Inget varumärke
 - i.Bygg varumärke
 - ii.Kommunicera mycket, skapa kännedom om oss
 - iii.Snylta på LTH, TLTH och sektionerna där det är möjligt
 - d. Ingen historia av framgång (jfr varumärke)
 - i.Håll igång arrangemang
 - e. Gamla medlemmar
 - i.Värva yngre medlemmar
 - f. LTH/LU är avogt inställda till oss
 - i.Övertyga LTH/LU om att de vill ha oss
 - ii.Analysera hur vi faktiskt kan hjälpa LTH/LU, samtidigt som vi gör saker i vårt eget intresse
 - iii.En god relation med LTH/LU är viktigt för oss om vi vill kunna dra nytta av deras resurser (kontaktdata, lokaler, föreläsare, pengar, namn)
3. Vilka möjligheter finns? Hur kan vi använda dem?
- a. Sektionerna är överlag dåliga på hemsidor
 - i.Vi kan tillhandahålla en bra plattform, exempelvis i formen www.alumniforeningen.se/kemiteknik , som har samma layout som alumniföreningen i övrigt, men där man kan justera logotyp, namn, färger och liknande
 - ii.Gemensamt fotoarkiv, gemensam kalender, gemensam medlemsdatabas med mera
 - iii.Tillhandahålla mailutskick på ett enkelt sätt. Varje sektion får själv kontakta sina egna medlemmar när som helst, signatur om Alumniföreningen infogas automatiskt. Alumniföreningen kan skicka ut till alla medlemmar, och sektionsalumniansvariga kan också skicka brev till alla, som sedan måste godkännas av oss innan de faktiskt sänds iväg

- iv. LTHs 50-års-jubileum (BRÅTTOM! börjar 28 januari - men kanske kan utnyttja "homcoming day" [sic] den 23 september, en fredag kl. 9-12?)
 - LTH har i praktiken inga besökare alls till sina upptåg.
- b. Datatekniks alumnimiddag 26 februari
- c. Andra sektioners alumnievents (datum?)
- d. Sektionernas arbetsmarknadsdagar:
 - i.F: FARAD, 16 feb
 - ii.E: (Teknikfokus?)
 - iii.M: MEKKA, 17 feb
 - iv.V+L: Branschdag, 16 feb
 - v.A:
 - vi.K:
 - vii.D: Teknikfokus, 13 april
 - viii.(Ing:)
 - ix.W: 8 april
 - x.(I: INKA, 24 mars)
 - xi.Vi borde ställa upp med (gratis) montrar där vi får, och helt enkelt göra reklam för oss själva. Vi kan bland annat trycka upp en fet plansch med namnen på alla de företag våra medlemmar representerar.
- e. Det finns ännu ingen stark alumniförening någonstans, möjligen undantaget på I-sektionen, och de är få och ensamma
 - i.Utrymme för oss att navigera och vara först
 - ii.Alumniföreningar har typiskt sett starka nätverkseffekter: Alla vill vara med i det största nätverket. Vi måste bli störst, först.
- 4. Vilka hot finns? Hur kan vi hantera dem?
 - a. Passivitet - om vi inte gör någonting, riskerar föreningen att självdö
 - i.Definiera syfte och vision så att vi själva kan förklara vad vi gör
 - ii.Hålla arrangemang
 - iii.Kommunicera ut vårt namn och vad vi gör
 - b. LTH/LU - om de lyckas skapa en stark alumniförening är vår position svag
 - i.Jobba med sektionerna på att skapa en stark, gemensam studentplattform för alumniverksamheter
 - ii.Använd LTH/LU där det passar - de har flera bra resurser
 - iii.Håll hårt grepp om kontakter till alumner, och bygg ut den basen.
Kontakter är hårdvaluta för LTH/LU, och troligen vårt starkaste förhandlingskort; framförallt email. Vi kanske inte ens vill ge ut den till LTH/LU, i alla fall inte om vi inte i gengäld får full access till deras kontaktdatabas, skrivet i ett avtal?
 - c. Det finns redan alumniföreningar på några sektioner (vilka? vem är ansvarig?)
 - i.Jobba med dem, framförallt de mellansvaga, för att bygga upp en faktisk alumniverksamhet
 - ii.Lägg därefter in de svaga och obefintliga, genom att ge dem en färdig plattform som de kan arbeta utifrån
 - iii.Övertyga därefter de starka (möjligen bara I?) om värdet i att gå med i den gemensamma plattformen - det här kommer troligen att vara den svåra biten, och kräver att vi faktiskt har någonting att ge som de har nytta av

Målgrupper och deras karakteristik

Personer kan höra till flera grupper samtidigt. Det här är schabloniseringar - individer är och förblir individer.

- Nollor
 - Huvudsakligen ointresserade av alumniförening
 - Måttligt intresserade av sommarjobb eller extraknäck
 - Lättstyrda - kan ofta förmås att skrivas upp på listor om faddrar osv säger det
 - Samtliga nollor passerar kårsafarin
 - Uppskattar studentikosa upptåg
- Studenter (mer än ett år kvar till examen)
 - Mycket god kontakt: email känd, befinner sig geografiskt samlat i kända hus
 - Måttligt intresserade av alumninätverk
 - Mycket intresserade av sommarjobb, exjobb, kanske jobb
 - Köpes lätt med gratis mat eller liknande
- Snart alumner (mindre än ett år kvar till examen)
 - God kontakt: email känd, befinner sig geografiskt samlat i Lund
 - Åtminstone delvis intresserade av alumninätverk
 - Mycket intresserade av exjobb, kanske jobb
 - Vill gärna få kontakt med företag
- Nybakade alumner (mindre än ett år efter examen)
 - Delvis mycket intresserade av alumninätverk
 - Hyfsad kontakt: email ofta känd, kontakt genom studiekamrater från samma program
 - Möjligen intresserade av jobb (isf mycket intresserade)
 - Vill gärna hålla kontakten med studiekamrater, framförallt nära vänner
 - Vill möjligen bygga ut sitt professionella nätverk
 - Kan tycka det är trevligt att komma tillbaka till studentpriser, men vill ofta gärna visa att de har pengar nu - bra med alternativ: enklare saker till studentpriser, samt finare saker till högre priser; speciellt om man blandar alumner med studenter
- Alumner (ett till tio år efter examen)
 - Delvis mycket intresserade av alumninätverk
 - Rätt kass kontakt - email funkar i vissa fall, men inte så ofta; adresser börjar bli föråldrade i takt med att folk flyttar
 - Intresserade av... vad? Kontakt med vänner? Professionell vidareutbildning? Nya karriärmöjligheter? Att få komma tillbaka till studentikosa upptåg? Det här borde vi undersöka närmre.
 - God ekonomi, har inga problem att betala för sig. Vana vid "riktiga" priser, är inte så intresserade av studentpriser - tar i allmänhet hellre högre standard.
- Gamla alumner (mer än tio år efter examen)
 - Delvis mycket intresserade av alumninätverk
 - Dålig kontakt - email i stort sett okänd, adresser fungerar endast om de uppdaterats. Säkrast kontakt är genom vänner, men detta är en tidsödande metod. Vi borde jobba för att få bättre kontaktuppgifter här. Kan vi göra en drive, säg vart femte år, och köpa uppgifter från Spar för de personer vi inte har kontakt med, och sedan skicka ut medlemserbjudande i samband med att vi har en stor, härlig event som de verkligen vill gå på?

- Existerande medlemmar i föreningen
 - Antagligen mycket intresserade av alumninätverk
 - Varför betalar de medlemsavgiften? Vad får de ut? Det här kan vara intressant för oss att ta reda på, jämför Medlemsundersökning.
 - Typiskt sett gott om pengar.
 - Stödjer troligen alumniföreningen rätt mycket av nostalgiska och principiella skäl, snarare än att de faktiskt får någonting (aktiviteten har varit låg på sistone) - kan vara farligt att fråga för många medlemmar vad de får ut, ifall de börjar omvärdera sitt medlemskap. Medlemsundersökningen bör rikta sig till ett fåtal personer, säg 20, i lite olika åldrar och från olika program.
- Existerande medlemmar i andra, liknande, föreningar (LTH, LU, sektioner osv)
 - Antagligen mycket intresserade av alumninätverk, men inte nödvändigtvis vår variant av det. Vi måste hitta en bra vinkel på varför de ska vilja vara medlemmar (även) hos oss - vilket mervärde tillför vi gentemot LTH/LU, samt gentemot sektionerna?
- Tidigare funktionärer på kåren
 - Ofta starkt engagerade i kåren och har starkt nätverk - nästan alla lär vilja gå med i alumniföreningen (ett fåtal är starkt negativa och kommer inte att vinnas över; möjligen är sådana människor intresserade om vi dessutom har många medlemmar som inte varit kåraktiva)
 - Rätt goda kontaktdata, framförallt email. Lätta att få tag i genom vänner, men jobbigt.
 - Ofta driftiga människor som vi kan vilja knyta till oss.
 - Viss risk för att det blir för mycket kårstämning, inklusive onödigt långa debatter, om alltför många kåraktiva får alltför stark kraft
 - Viss risk för att sektionerna känner sig hotade eller bara inte riktigt gillar om det blir för många kåraktiva, framförallt från vissa sektioner och vissa åldrar - viktigt om vi ska få med sektionerna på tåget att de känner sig välkomna och hörsammade, och att beslut och diskussioner är givande och pragmatiska, så det inte blir för teoretiskt och principiellt
- Tidigare funktionärer på sektionerna
 - Hyfsade till dåliga kontaktdata, men kan lätt nås genom vänner - jobbigt sätt dock.
 - Många sektionsaktiva har också varit kåraktiva, och åtnjuter respekt på båda ställena. Viktigt att hitta den sortens ambassadörer om vi ska lyckas knyta ihop sektionerna med oss.
 - Ofta driftiga människor som brukar vara duktiga på praktiskt genomförande, men inte sällan mindre duktiga på organisation och strategiskt tänkande

Kanaler

- Hemsidor
 - www.alumniforeningen.se
 - www.tlth.se
 - Sektionernas hemsidor
 - LTHs / LUs hemsidor
 - LTHs / LUs alumninätverkssidor

- Email
 - Vår medlemslista
 - Sektioners medlemslistor
 - LTHs / LUs alumnilistor
 - Listor till (tidigare) kår- och sektionsaktiva
 - Listor till aktiva studenter, olika program och årskurser
 - Privata nätverks listor
- Snailmail
- Facebook
 - Vår grupp
 - Vänner
- LinkedIn
- Vänner
- Telefonsamtal
- Affischer
- Föreläsningar (universitet)
- Föreläsningar (kvällar)
- Sektionsarrangemang, speciellt alumnisaker
- Kårarrangemang
- Tidningar - LTH-nytt osv.

Kundsegment och marknadsföringsstrategier

- Nollor
 - Mål
 - Arbeta in vårt namn och göra det uppenbart att “såklart man går med i alumniföreningen”
 - Få dem att sprida vårt namn till klasskompisar, och även äldre studenter
 - Medel
 - Visa upp oss på kårsafarit och försök få hela faddergrupper att skriva upp sig, digitalt. Gratis medlemskap så länge man studerar, sedan får man börja betala - då får vi in alla medan de fortfarande är lättpåverkade, och de ser oss under hela utbildningen och får en känsla för vad vi gör.
 - Skicka välkommen-mail till alla nya nollor.
 - Skriva in oss i “Välkommen nollan”-skriften som delas ut varje år.
 - Gyckla på nollegasquerna och visa att vi inte bara finns, utan vi är jävligt trevliga och har bra jobb. Det här är dessutom en chans att nå även äldre studenter.
 - Möjligen vill vi inte ha in nuvarande studenter på samma mailinglista som våra alumner? (De har trots allt olika intressen.)
 - Möjligen vill vi inte ens ta hand om nollorna, utan bara säga till industrikontaktpersonerna när vi har exjobb/sommarjobb/jobbsutbud att dela ut, men i så fall vill vi ha god synlighet i de utskick som de gör.
 - Nollor är definitivt inte vår målgrupp, men ju tidigare vi kan påverka vår faktiska målgrupp, desto mer sannolikt är det att vi kommer att kunna värva många medlemmar. Av den anledningen vill vi gärna nå nollorna.

- Unga studenter
 - Mål
 - Arbeta in vårt namn och göra det uppenbart att “såklart man går med i alumniföreningen”
 - Få dem att sprida vårt namn till klasskompisar, och även andra studenter
 - Medel
 - Skicka ett vänligt mail till dem någon gång om året, så de minns oss
 - Bjuda in dem till någon träff vi håller med alumner, så de får en chans att se vad som händer och görs
 - Gyckel på nollegasquer
 - Monter på arbetsmarknadsmässor
 - Liksom nollor är det här inte vår målgrupp, men de är viktiga för att få återväxt. Det är också roligt för alumner att kunna träffa studenter, åtminstone någon gång. Kanske ett gemensamt, lite större, arrangemang i samband med nollningen?
 - Om vi väljer att varken ha kontakt med nollor eller unga studenter, så måste vi vara extremt noga med att hålla tät kontakt med gamla studenter och nya alumner, annars riskerar vi att en stor andel potentiella medlemmar glider oss genom fingrarna. Även om vi inte vill ha dem som “äkta” medlemmar, vore det bra att så tidigt som möjligt fånga upp dem och göra reklam för oss. Ett slags gratis studentmedlemskap i alumniföreningen kan vara ett riktigt bra alternativ.
- Gamla studenter
 - Mål
 - Värva dem som fullvärdiga medlemmar
 - Säkra återväxt bland yngre studenter
 - Medel
 - Lunchföredrag
 - Arbetsmarknadsmässor
 - Skicka ett riktat mail till dem någon gång om året, med info om vad vi gör och hur man går med
 - Bjuda in dem till någon träff vi håller med alumner, så de får en chans att se vad som händer och görs
 - Funktionärslistor
 - Gamla studenter börjar närma sig vår faktiska målgrupp, och det är värt att ta in dem som faktiska medlemmar, i förhoppningen att vi kan behålla dem på sikt (även om vi väljer att inte vilja ta in nollor och unga studenter). Så fort studenter lämnar LTH, blir det betydligt svårare för oss att kontakta dem eftersom vi inte har deras emailadresser längre.
- Nya alumner
 - Mål
 - Värva dem som fullvärdiga medlemmar
 - Nå ut via alumnens nätverk till andra alumner
 - Medel
 - Ringa till de kontakter vi har samt de kontakter vi kan få från LTH och TLTH. Samtal blir dock mest naturliga när man ringer någon man känner.
 - Utskick via maillistor (TLTH - membit). Förmodligen inte jätteeffektivt.

- Snigelpost-utskick via LTHs listor
 - LinkedIn-grupper
 - Facebook-grupper
 - Återträffar (phös, styrelser, heltidare, etc)
 - Annonser i LTHNytt (kan bli svårt)
 - Reklam tillsammans med examensbevis (kan bli svårt)
 - Använda examenslistor för att spåra via personnummer
 - Detta är helt klart den målgrupp där vi har störst outnyttjad potential, vilket visas genom att vi har få medlemmar födda på 70- och 80-talen. Ofta är nog dessa yngre alumner generellt sett svårare att motivera till att gå med än äldre alumner då de inte "hunnit börja sakna LTH".
- Alumner
 - Mål
 - Värva dem som fullvärdiga medlemmar
 - Nå ut via alumnens nätverk till andra alumner
 - Medel
 - Ringa till de kontakter vi har samt de kontakter vi kan få från LTH och TLTH. Samtal blir dock mest naturliga när man ringer någon man känner. Tumregel: Ju äldre alumn, desto svårare att få tag på.
 - Snigelpost-utskick via LTHs listor
 - LinkedIn-grupper
 - Facebook-grupper
 - Återträffar (phös, styrelser, heltidare, etc). Dessa går dock på återträffar i långt mindre utsträckning än yngre alumner.
 - Annonser i LTHNytt (kan bli svårt)
 - Använda examenslistor för att spåra via personnummer
 - Ju äldre alumn desto svårare att få tag på. Många i detta segment har/planerar att skaffa familj, vilket är något man kan tänka på i marknadsföringen.
- Gamla alumner
 - Mål
 - Värva dem som fullvärdiga medlemmar
 - Nå ut via alumnens nätverk till andra alumner
 - Medel
 - Ringa till de kontakter vi har samt de kontakter vi kan få från LTH och TLTH. Samtal blir dock mest naturliga när man ringer någon man känner. Tumregel: Ju äldre alumn, desto svårare att få tag på.
 - LinkedIn-grupper, men detta är förmodligen färre som är med.
 - Använda examenslistor för att spåra via personnummer
 - Gissningsvis är många äldre alumner intresserade av att gå med i föreningen, men det är att få tag på dem som är svårt.

Sektionsarbeten

Det här dokumentet föreslår hur alumniföreningen kan samarbeta med sektionerna, och vad båda sidor kan få ut av det.

Alumniföreningen ger sektionen

- **Pengar**, upp till 5000 kronor, exakt belopp beslutas av styrelsen från fall till fall
- **Mailadress** till sektionens alumnigrupp på formen sektionsnamn@alumniforeningen.se
- **(Mailinglista** till alla sektionens alumner på formen sektionsnamn-alumner@alumniforeningen.se - måste fixas först)
- **Hemsida** på formen www.alumniforeningen.se/sektionsnamn , med följande moduler:
 - Välkommen / introduktion
 - Nyheter + kalender
 - Kontaktinformation
 - Länkar
 - (Fotoarkiv med taggning av personer - måste fixas först)
 - (Personakt, där man kan se rudimentär information om personer och eventuellt skickas vidare till sektionens motsvarande sida - måste fixas först)
- **Mailadresser** till alumner från sektionen
- **Snailmail**, i vissa fall, till alumner från sektionen

Sektionen ger alumniföreningen

- **Synlighet** i utskick (mail och snailmail)
- **Kort tal** under middagen (storleksordning fem minuter)
- **Bordslöpare** eller motsvarande på mingel- och sittningsbord
- **(Glasunderlägg**, tillhandahållna av alumniföreningen, som delas ut i baren tillsammans med varje dryck - måste fixas först, se exempelvis <http://www.reklamgrejer.se/beer-coasters-mats.php>)

Verksamhetsåret 2011

- Syfte & Vision
- Verksamhetsområden
- Verksamhetsplan

Inledning

Verksamheten inom föreningen har under åren varit väldigt skiftande, helt beroende på vilka som varit aktiva i föreningen och uppslutning under aktiviteter. Tyvärr har trenden under senare år varit att verksamheten i föreningen har sjunkit för att under 2009 stort sett nå botten. Våren 2010 fanns till och med planer på att lägga ner föreningen. Lyckligtvis så lyckades sittande styrelse 2009 hitta alumner med nya krafter som kunde tänka sig att sitta i styrelsen och fortsätta att driva föreningen. En hel del förändringar kom att vänta för föreningen och detta dokument är resultatet av en av dessa förändringar.

Tidigare år har det inte funnits någon tydlig verksamhetsplan, ej heller några mål eller visioner som föreningen har kunnat stödja sig mot. Syftet med detta dokument är helt enkelt att försöka skapa kontinuitet i föreningens verksamhet iform av en vision för föreningen, verksamhetsområden för föreningen och en tydlig verksamhetsplan.

Detta dokument kommer att revideras inför varje nytt verksamhetsår och framförallt så kommer avsnittet med verksamhetsplan att uppdateras. Dessutom kommer detta dokument att användas i samband med uppföljning av årets aktiviteter samt vara till hjälp för verksamhetsrevisorer och intresserade medlemmar.

Med varma hälsningar

CHRISTIAN NILSSON
Ordförande Alumniföreningen vid LTH 2011

Verksamhetsåret 2011	1
Inledning	2
Syfte & Vision	4
Syfte	4
Vision	4
Verksamhetsområden	5
1. Social Gemenskap	5
2. Kontakt med LTH	6
3. Kontakt med studenter	6
4. Kontakt med arbetsmarknaden	6
5. Förmedling av kunskap	6
6. Mentorskap	6
7. Nätverk	6
8. Information	6
9. Sponsring	6
10. Stipendie	7
11. Nostalgi	7
Verksamhetsplan 2011	8
1. Social Gemenskap	8
8. Information	8

Syfte & Vision

Detta kapitel beskriver den vilket syfte som Alumniföreningen vid LTH har samt vilken vision som föreningen arbetar mot. För att nå sin vision, så har föreningen definierat ett antal olika verksamhetsområden som föreningen skall verka inom för att nå sin vision. Dessa verksamhetsområden är beskrivna i ett eget kapitel i detta dokument.

Syfte

Föreningens syfte, eller ändamål som det beskrivs i föreningens stadgar, är följande:

Alumniföreningen vid LTH är en ideell förening vars ändamål är:

-att verka för ett ökat utbyte mellan studenter, lärare och alumner ute i yrkeslivet.

-att ordna sammankomster för föreningens medlemmar.

-att stödja och informera om alumniverksamhet anordnad av sektionernas alumniföreningar, LTH och Teknologkåren vid LTH.

Vision

En vision är en beskrivning av ett idealtillstånd. En vision ska vara något som alla i föreningen kan enas kring och sträva mot. Visionen skall också användas som en motivationsfaktor för att hålla föreningen levande och de aktiva i föreningen motiverade.

Alumniföreningen vid LTHs vision är:

Alumner vid Lunds Tekniska Högskola skall vara stolta över att vara alumner och känna gemenskap med varandra.

Verksamhetsområden

För att göra arbetet mot visionen mer konkret, så har föreningen definierat ett antal olika verksamhetsområden som kommer att användas som fokusområden under verksamhetsåren. Tanken är inte att föreningen skall fokusera på alla verksamhetsområden under alla verksamhetsår utan det till varje verksamhetsår skall fokuseras på ett eller ett par områden. Detta vävs in i verksamhetsplanen för varje enskilt verksamhetsår.

Föreningen har valt att definiera följande verksamhetsområden för föreningen:



1. Social Gemenskap

Föreningen skall verka för att skapa en social arena för att främja kontaktnätverk mellan alumner. Arenan bör bestå av olika typer av aktiviteter för att främja ett så brett intresse som möjligt och där våra medlemmars intresse står i fokus.

En gång per år ska en större tillställning anordnas, en "home coming party" för att även locka långt resande alumner.

Föreningen ska även aktivt stödja och uppmuntra till externa sociala aktiviteter som gynnar våra medlemmar, så som återträffar ut på varje utbildning på LTH.

2. Kontakt med LTH

Föreningen ska jobba för att ha en så nära kontakt med LTH som möjligt. Eftersom LTHs intresse av alumniverksamhet sammanstrålar med vårt, så kommer ett nära samarbete att underlätta informationsflödet mellan skola och alumner samt hjälper båda parter att bygga ett fungerande nätverk.

3. Kontakt med studenter

Föreningen ska sträva mot att aktivt knyta kontakter med studenter på skolan. Genom regelbundna möten med studenterna samt genom att, då det passar, bjuda in dessa till våra aktiviteter skapar vi en kontakt redan under studietiden.

Genom kontakt med studenterna underlättar vi övergången mellan skola och arbetsliv samt knyter tidigt medlemmar till vårt nätverk.

4. Kontakt med arbetsmarknaden

Föreningen ska regelbundet informera sina medlemmar om arbetsmarknaden, mässor och större jobbrelaterade arrangemang.

Företag som söker ingenjörer ska ha möjlighet att genom föreningen söka medlemmar, så länge det gynnar våra medlemmar.

5. Förmedling av kunskap

Föreningen ska informera sina medlemmar om föreläsningar och seminarier i regionen som kan vara av intresse för våra medlemmar.

Föreningen ska även anordna egna kunskapshöjande aktiviteter så som föreläsningar och kurser.

6. Mentorskap

Föreningen ska i största möjliga mån försöka erbjuda studenter i slutet av sina studier samt nyexaminerade studenter en mentor.

Mentorn ska stödja i den yrkesmässiga utvecklingen, skapa en god kontakt med arbetsmarknaden samt stödja personlig och professionell utveckling.

7. Nätverk

Föreningen ska stärka och underlätta kommunikationen mellan alumner. Detta kan ske genom en matrikel och/eller databas som görs tillgänglig för medlemmarna. Tanken är att medlemmarna lättvindigt skall kunna hitta och kontakta varandra.

8. Information

Föreningen ska ständigt uppdatera sina medlemmar om vad som händer på LTH, kåren och sektionerna samt annat som är av intresse för medlemmarna. Detta kan ske genom hemsida och/eller regelbundna utskick till alumnerna.

9. Sponsring

Föreningen ska verka för att upprätta och underhålla diverse fonder där medlemmar, studenter och studentföreningar kan söka medel till diverse aktiviteter.

Exempel på fonder kan vara:

-Jubileumsfond

Kåren och sektionerna kan söka pengar för att fira sina jubileer.

-Studentikost

Pengar som kan sökas för bevaringen av studentikosa platser eller aktiviteter, så som Lopftet eller sångarstriden.

Osv.

10. Stipendie

Föreningen bör sträva efter att varje år dela ut stipendier till någon eller några aktiva studenter vid LTH. Stipendiet kan delas ut för studieprestation, exjobb eller innovation.

11. Nostalgi

Föreningen skall verka för att försöka bevara diverse minnen och minnesvärda saker som är relaterat LTHs historia. Detta skulle kunna ske genom införandet av Teknologmuseum drivet av föreningen, LTH och Kåren.

Verksamhetsplan 2011

För verksamhetsåret 2011 så har föreningen valt att fokusera på följande verksamhetsområden:

1. Social Gemenskap

Föreningen skall verka för att skapa en social arena för att främja kontaktnätverk mellan alumner. Arenan bör bestå av olika typer av aktiviteter för att främja ett så brett intresse som möjligt och där våra medlemmars intresse står i fokus.

En gång per år ska en större tillställning anordnas, en "home coming party" för att även locka långt resande alumner.

Föreningen ska även aktivt stödja och uppmuntra till externa sociala aktiviteter som gagnar våra medlemmar, så som återträffar ut på varje utbildning på LTH.

Under verksamhetsåret 2011 så skall föreningen genomföra följande:

1. Anordna 2-4 pubkvällar för Alumner
2. Anordna 2-3 studiebesök på intressanta platser
3. Anordna alumniträff i samband med Jesperspexets våruppsättning
4. Anordna alumniträff i samband med Sångarstriden under hösten
5. Anordna en "home coming day" för Alumner
6. Sträva efter att vara delaktig i någon form av aktivitet i samband med LTH's 50-års jubileum

8. Information

Föreningen ska ständigt uppdatera sina medlemmar om vad som händer på LTH, kåren och sektionerna samt annat som är av intresse för medlemmarna. Detta kan ske genom hemsida och/eller regelbundna utskick till alumnerna.

Under verksamhetsåret 2011 så skall föreningen genomföra följande:

1. Skapa en välfungerande och aktiv hemsida för föreningen
2. Under året göra 1-2 medlemsutskick där medlemmarna informeras om föreningens aktiviteter