

„Sei klug, studier in Halle!“ Hochschulmarketing im Zeichen des Löwen

Vortrag zum Expertenforum des CHE
13. -14. November 2008 in Göttingen

Torsten Evers, Referent für Hochschulmarketing
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg



Kurz vorgestellt – Zahlen & Fakten zur MLU Geschichte



Universität Wittenberg (1502 – 1817)
Zentrum der Reformation

Wirkungsstätte von:

- Martin Luther
- Philipp Melanchthon
- Johannes Bugenhagen



Universität Halle (1694 – 1817)
Zentrum der Aufklärung und Pietismus, Kunst
und Wissenschaft

Wirkungsstätte von:

- August Hermann Francke
- Christian Thomasius
- Christian Wolff

links: LEUCOREA;
Lutherstadt Witten-
berg

rechts: MLU Halle;
Löwengebäude



Kurz vorgestellt – Zahlen & Fakten zur MLU

Studienangebote und Schwerpunkte

- Klassische Volluniversität
- größte Universität in Sachsen-Anhalt
- ca. 18.500 Studierende; 8,5 % internationale Studenten
- ca. 5.000 Mitarbeiter (inkl. Universitätsklinikum)
- Drittmittel: 38,84 Mill. Euro
- 9 Fakultäten (32 Institute, 18-An-Institute, 10 Interdisziplinäre wissenschaftliche Zentren)
- komplette Umstellung auf BA/MA (außer Staatsexamen, Lehramt...)
- **187 Studiengänge, davon 37 Master (konsekutiv, nicht-konsekutiv, weiterbildend)**
- **„Hallisches Studienmodell“ mit (fast) völlig frei kombinierbaren 60er, 120er und 180er Bachelor-Angeboten**
- 81 BA-Studiengänge zur freien Einschreibung (z.T. mit fachspez. Zugangsvoraus.)
- **bereinigtes Studienangebot in Sachsen-Anhalt** (→kaum Überschneidungen; z.B. Lehrämter nur in Halle, dafür Ingenieurwissenschaften auslaufend)
- Forschungsschwerpunkte: Bio- und Nanowissenschaften, Aufklärungsforschung und Orientwissenschaften



Kurz vorgestellt – Zahlen & Fakten zur MLU

Der Studienstandort Halle (Saale)



- über 1200 Jahre
- ca. 234.000 Einwohner
- gewachsen und geprägt durch Chemieindustrie
- seit 1989 immenser Wandel im Stadtbild
- Kulturhauptstand des Landes Sachsen-Anhalt
- grüne Stadt an der Saale
- kompakt (→ Universität der kurzen Wege)
- Sitz der LEUCOREA; seit 2008 Deutsche Nationalakademie
- Sitz von Fraunhofer-Institut für Werkstoffmechanik, Max-Planck-Institut für Mikrostrukturphysik, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung, Leibniz-Instituten für Pflanzenchemie bzw. Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa
- weinberg campus - zweitgrößter Technologiepark der neuen Bundesländer
- Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg größter Arbeitgeber
- zunehmende Kooperation mit Stadt und Stadtmarketing

Halle ist sehens-, liebens- und lebenswert!



Hochschulmarketing und „Warum wir uns das antun“

- Oktober 2006 Eintritt ins „Marketing-Zeitalter“; **Hochschulmarketing als Chefsache** von Magnifizenz Prof. Dr. Wulf Diepenbrock und neuem Rektorat
- sofortige Aufnahme erster Analysen und Aktivitäten
- erste Hochschule in Sachsen-Anhalt, die Stelle für Hochschulmarketing schuf
- Dynamik durch „**Demographischen Wandel**“ und „**Hochschulpakt 2020**“
- zusätzlicher Anreiz: **Stellenabbau**, wenn im Land die Studierendenzahlen nicht bei 51.000 gehalten werden
- Zielstellung: **Behauptung als leistungsstarke Universität mit Ausrichtung auf Lehre und Forschung**

- Hochschulpakt konkret: **3.096 Studienanfänger gewinnen** (nur Erst-Studenten, nur BA!); zunehmend aus den alten Bundesländern
- Bezugsgröße Anfänger-Zahlen von 2005/2006
- Vorgaben 2007 / 2008 arg verfehlt
- Vorgaben 2008 / 2009 annähernd punktgenau erfüllt
- ...2009 / 2010?



Im Zeichen des Löwen

Neugestaltung Internetauftritt



Screenshot Startseite
www.uni-halle.de

- Re-Design 02/07 – 03/2008
- Design-Wettbewerb mit Online-Voting (Mitarbeiter und Studierende) und Jury
- aktuell ca. 950 Redakteure
- eigenes CMS „MaGic“
- ca. 12.000 Seiten Kernpräsenz; stark steigend durch Umsteiger
- über 300 Subdomains
- Umstellungsgrad ca. 90-95%
- ab 2009 keine Unterstützung mehr für altes Design
- barrierefrei lt. BITV



Im Zeichen des Löwen Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Sei klug, studier' in Halle!

500 Jahre Tradition. 180 Studienangebote. Freie Räume. Moderne Ausstattung. Menschliche Nähe.
Bezahlbare Wohnungen. Kurze Wege. Lange Nächte.

→ www.studier-in-halle.de

Leitmotiv der
Kampagne
als irritierend-
polarisierender
Hingucker



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Im Zeichen des Löwen

Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

STARTSEITE

10 GRÜNDE

FAKTEN

KONTAKT

4

Du willst Vorbilder und Visionen.



500 Jahre Universität – eine lange Galerie kluger
Köpfe bis in die Gegenwart.



Klar! ➔

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Kampagnen-Website

- 10 gute Gründe
- Zahlen & Daten, Imagefilm, Kinospot
- Bedeutung für Marketing-Controlling

mal gucken? ➔
www.studier-in-halle.de



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Im Zeichen des Löwen

Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



Szene aus Kinospot

- 26 Sekunden
- 11 Großstädte
- ca. 150.000 Zuschauer

mal gucken? →
www.marketing.uni-halle.de



Im Zeichen des Löwen Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“

Studienführer **Gebrauchsanweisung >> Wie studieren?** 93



Was ist ein Master?

Wer nach dem Bachelor weiterstudieren will, kann ein Masterstudium von zwei bis vier Semestern abschließen. Dabei kann er sein Wissen entweder vertiefen oder erweitern. Spezialisierte Masterprogramme bauen inhaltlich auf einem bestimmten Bachelor auf, nicht-akademische Programme richten dagegen Bachelorabsolventen verschiedener Fachrichtungen offen. Wer beispielsweise einen Bachelor in Politikwissenschaft erworben hat, kann anschließend einen Master der Politikwissenschaft machen oder aber Kenntnisse im Management erwerben. Weiterbildende Masterprogramme schließlich setzen ein oder mehrere Jahre Berufserfahrung voraus, sie werden auch berufsbegleitend angeboten. Das Weiteren wird zwischen forschungsorientierten und anwendungsorientierten Masterprogrammen unterschieden. Für das Masterstudium kann man die Uni wechseln, innerhalb Deutschlands oder aber auch ins Ausland (siehe Seite 68).

Wichtig ist, sich frühzeitig über die Zulassung zu informieren. Je nach Bewerberzahl schränken die Universitäten je mehr oder weniger stark ein und machen sie vom Notendurchschnitt des Bachelorabschlusses oder von einer Aufnahmeprüfung abhängig. Der Andrang ist in den konsekutiven Masterprogrammen höher als in den nichtkonsekutiven, da sie meist gleich im Anschluss belegt werden.

In den nichtkonsekutiven Studiengängen studieren die Studenten dazu, nach dem Bachelor erstmalig Berufserfahrung zu erwerben. Wie die Nachfrage am Arbeitsmarkt groß ist, haben viele nach dem Schritt in den Beruf nicht mehr an die Uni zurück, und Pläne bleiben frei. Daher ist der Andrang auch stark von der Wirtschaftslage abhängig: verlässliche Zahlen dazu gibt es bislang noch nicht.

Beimnach aber darüber Gedanken machen muss, hat man das System Universität bereits länger durchschaut – und kann es den neuen Erkenntnissen erklären.

Studieren Sie ab dem Wintersemester
an der
Universität Duisburg-Essen

das Bachelor / Master
Studienprogramm
NanoEngineering

... zukunftsweisend,
interdisziplinär,
innovativ,
Veranstaltungen in
deutscher Sprache ...

www.nanoingenieur.de

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

CeNIDE

**Gute Gründe,
in Halle Physik zu studieren!**

Du willst eine Stadt mit Flair und Energie!
Du willst direkten Draht zu Profs und Praxis!
Dich interessiert spannende Forschung!

Sitzungsleiter der IQ Cells AG
an Materialforschung Physik mit
einer Vorlesung: Nanoelektronik

**Sonnige Aussichten
für helle Köpfe!**

www.uni-halle.de/physik



Studienführer **Chemie >> Hochschulranking**

UNIVERSITÄT Chemie

Forschungsreputation
Wissenschaftliche Veröffentlichungen
Forschungsgelder
Betreuung
Studienituation insgesamt

UNIVERSITÄT Chemie

Forschungsreputation
Wissenschaftliche Veröffentlichungen
Forschungsgelder
Betreuung
Studienituation insgesamt

Stunde 2006

CHEMIE Ranking kompakt

DAS PRINZIP: Es werden Daten zu 27 Kriterien erhoben. Die Tabelle bildet fünf der wichtigsten davon ab. Eine Orientierung für die Ranking-Tabellen findet sich auf Seite 142. Wie die Hochschulen in allen Kriterien abgeschnitten haben, steht unter www.zsl.de/studium/chemie.

ERGEBNISSE: Wenn die Studenten die «Studienituation insgesamt» bewerten, schneidet es zwölf Universitäten in die Spitzengruppe. Mit der Betreuung zeigen sich die Studenten ebenfalls unzufrieden: Hochschulen überdurchschnittlich. Die Universität Göttingen punktet gleich bei vier der fünf abgebildeten Kriterien («Studienituation insgesamt», «Betreuung», «Forschungsgelder» und «Wissenschaftliche Veröffentlichungen»). Einen besonders guten Ruf unter Professoren des Fachs genießen die UFM und die TU München sowie die ETH Zürich (Erkennung «Forschungsreputation»).

■ Spitzengruppe, ■ Mittelsgruppe, ■ Scherengruppe, ■ Nicht genannt (keine Daten vorhanden, zu geringe Publikation), ■ Aufsteiger, ■ Absteiger (gegenüber letztem Ranking)

**Gute Gründe
in Halle
Applied Polymer Science
zu studieren**

- Du willst eine über-schauliche Stadt mit Flair!
- Du willst direkten Draht zu Profs und Praxis!
- Du hast bereits einen Bachelor oder ein Physik (PH) in Chemie, Physik oder Materialwissenschaft!
- Du magst internationale Atmosphäre und sprichst gut Englisch!

**Sei klug,
studier in Halle!**

www.polymer.uni-halle.de



Anzeigen

- überregionale Publikationen z.B. in der ZEIT
- modifiziert für ausgewählte Studiengänge
- Eigenfinanzierung Physik und Chemie; Service durch Marketing



Im Zeichen des Löwen Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



Werbeartikel

- Kampagnen-Button als Lentikularmotiv
- Buttons Uni / Kinderuni
- Postkartenserie



Im Zeichen des Löwen

Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



Kino

Regionalzeitungen



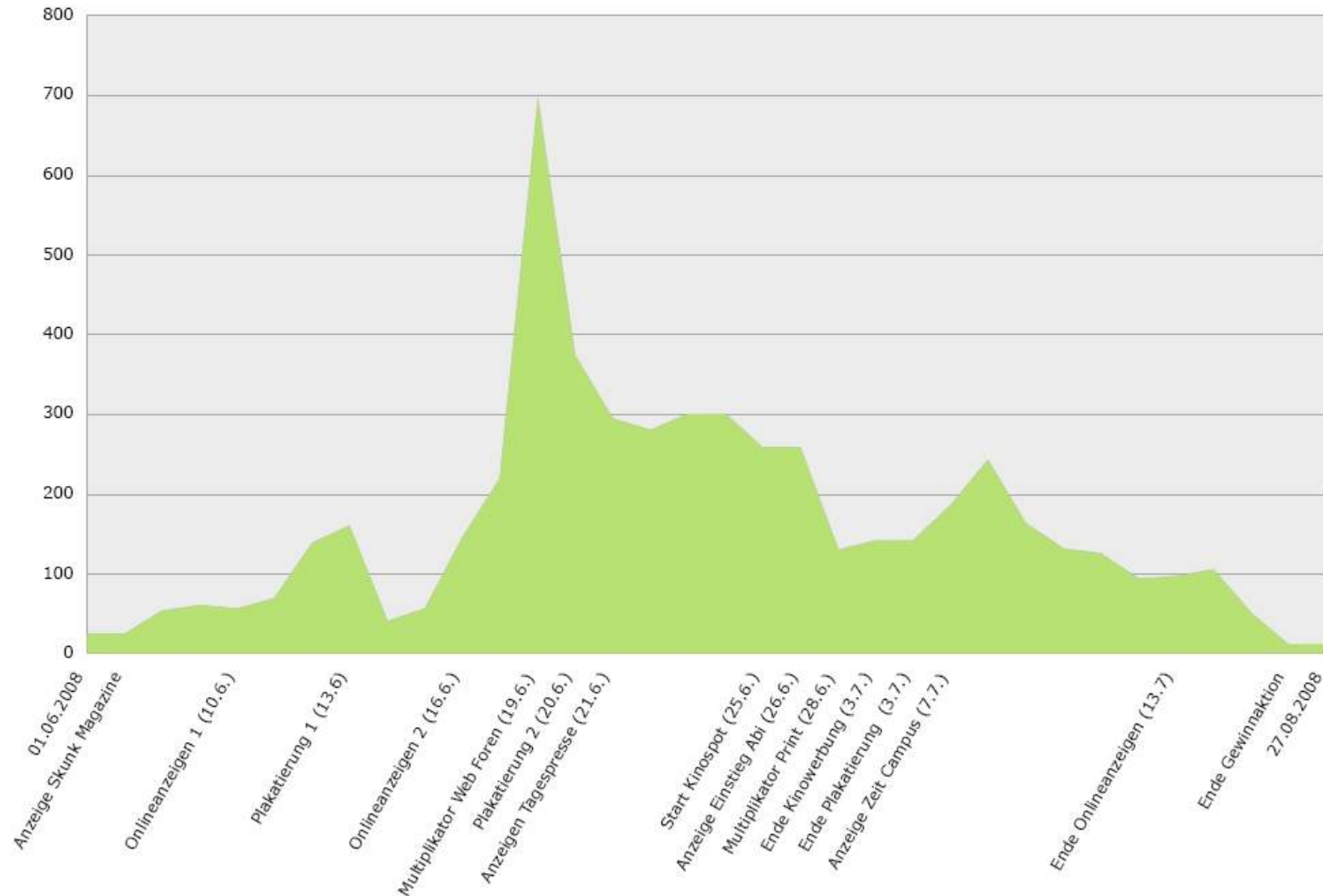
Plakat

(Finanzierung durch die Stadt)



Im Zeichen des Löwen

Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“



Statistik Kampagnen-
Website



Im Zeichen des Löwen

Kampagne 2007/2008 „Sei klug, studier in Halle!“

▪ **Eventmarketing**

(Hochschulinformationstag; Lange Nacht der Wissenschaften; Besuchstag an der Uni; Kinder-Uni; Schnupperstudium; Ferien-Uni; Schülerwettbewerb FutureEgo; Imma-Feier; Neujahrsempfang; Leopoldina-Ehrung)

▪ **Direktmailing-Aktionen** (Gymnasien und BIZ der Agenturen für Arbeit)

▪ **Bildungsmessen** (ca. 20 Inland, 3 Ausland) und „Studienberatung-on-Tour“; Anschaffung neuer Messestand

▪ **Lobby-Arbeit** und **Fundraising**

▪ **Universitärer Besucherdienst**

▪ Prime-Gymnasien / Frühstudium

▪ **Kooperation mit Stadtmarketing**

uni-interne Aktivitäten

▪ **Informations- und Lobbyarbeit** bei Mitarbeitern in Verwaltung und Fakultäten

▪ **Aufbau / Ausbau Marketing-Infrastruktur** (Etablierung von Work-Flow z.B. für Mailing-Aktionen, Einrichtung zusätzlicher Stellen, Optimierung der Arbeitsstrukturen, Zuständigkeiten und Befugnisse)

▪ Bereitstellung von **Templates**

▪ Identifizierung und Einbindung marketingrelevanter Aktivitäten

▪ Datenerhebungen **Bestandserfassung und Erfolgskontrolle**

▪ laufende **Weiterentwicklung** Marketing-Konzeption

▪ ...



Hochschulmarketing intern

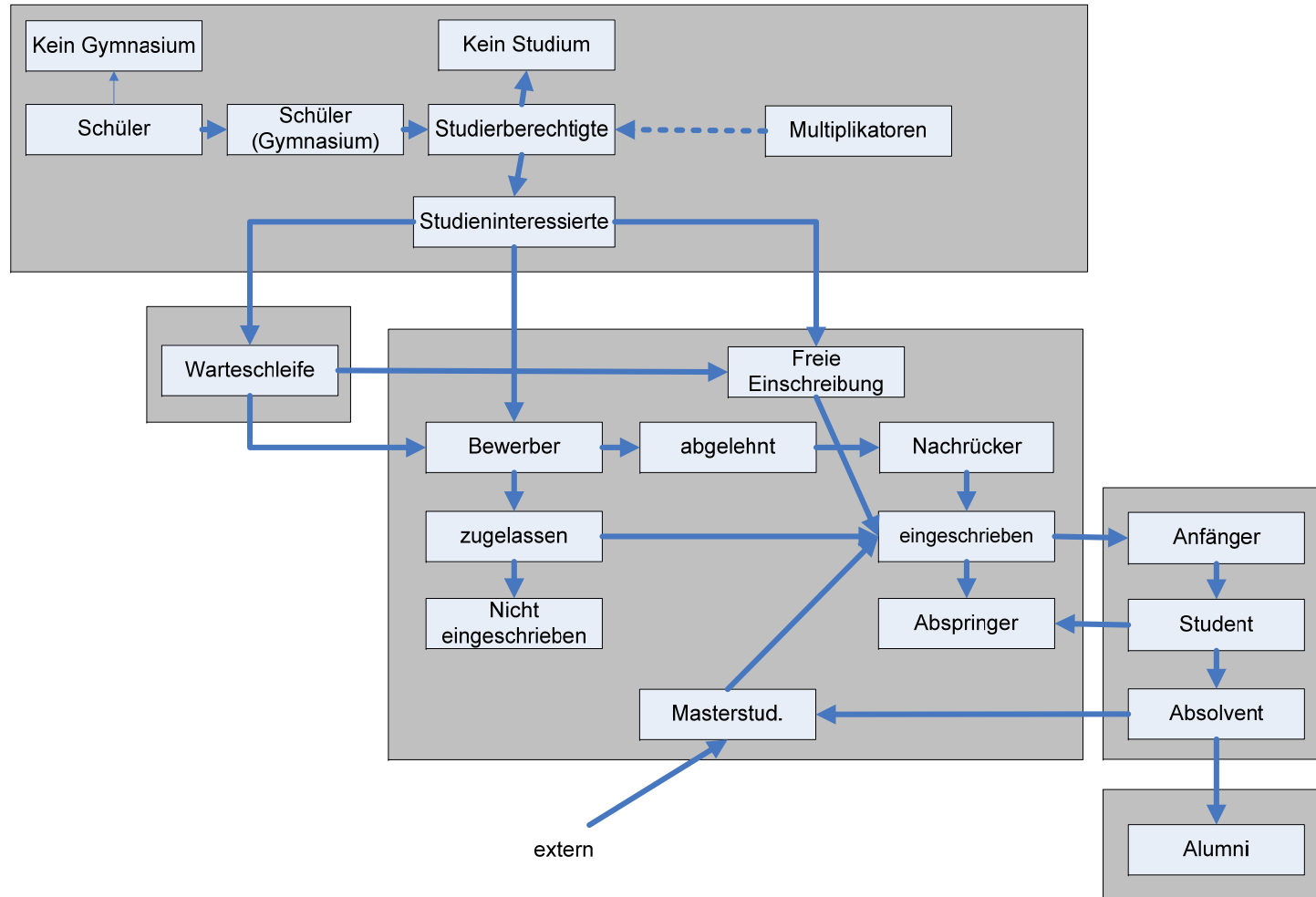
Ziele und Strategien

Hauptziele: Erfüllung der Hochschulpakt-Zahlen in Einheit mit Profilierung der Universität, Ausrichtung auf den ab 2020 zu erwartenden gesamtdeutschen Wettbewerb um Studierende

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades in den alten Bundesländern
- Intensivierung der Aktivitäten im klassischen Einzugsgebiet
- Erweiterung des Einzugsgebietes
- Inselförmige Ausdehnung in den alten Bundesländern
- Service-Orientierung
- Prozessorientierung
- Optimierung der Zugänglichkeit zum Studium



Hochschulmarketing intern students life cycle

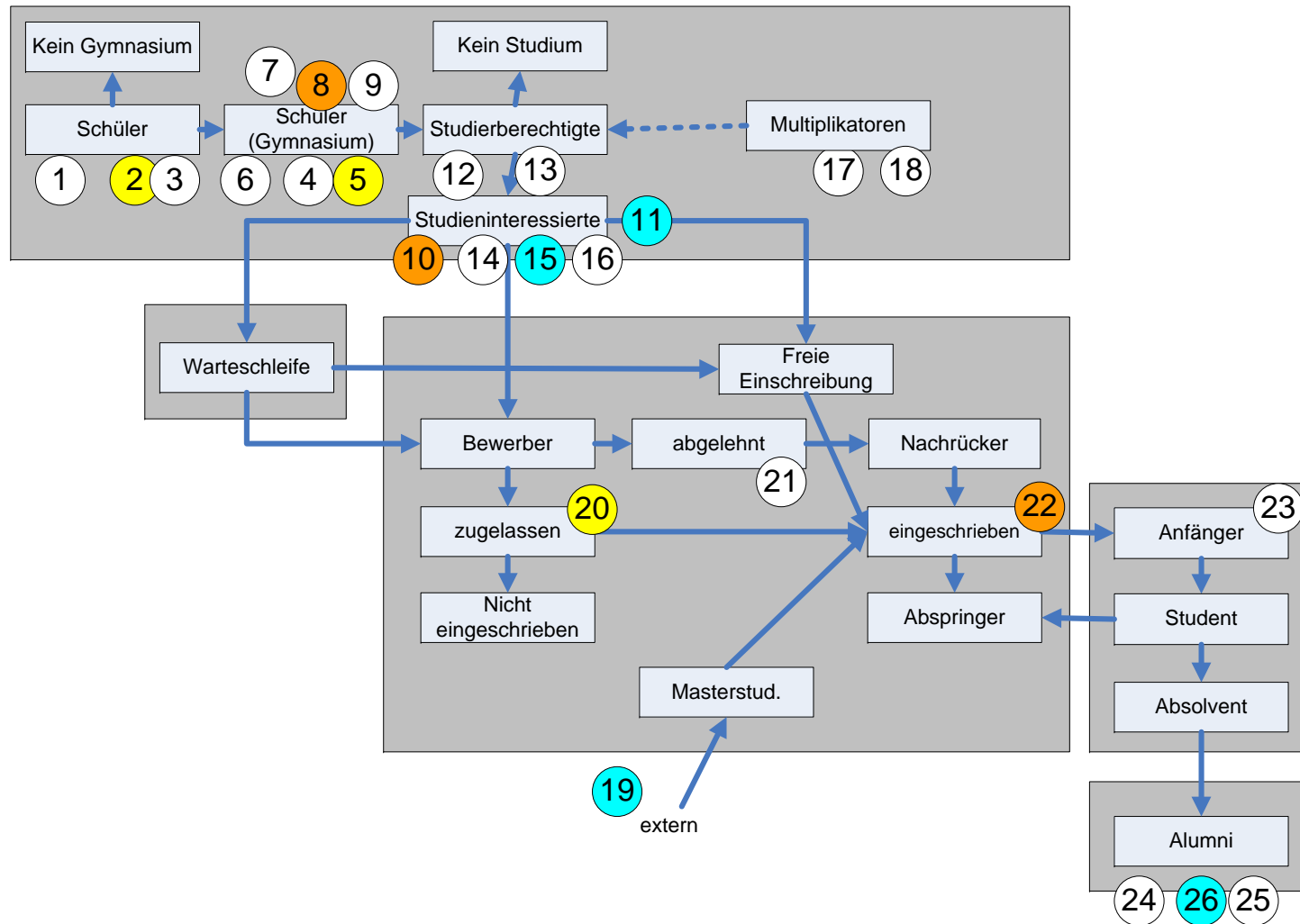


Basisstruktur

- Analyse und Visualisierung IST-Stand
- Detaillierung einzelner Schritte
- Ableitung produktiver Fragestellungen für Ursache-Wirkung-Gefüge und SOLL-Stand-Entwicklung
- Exakte Abbildung auf Zeitachse sinnvoll
- Erweiterung um parallel laufende Verwaltungsvorgänge



Hochschulmarketing intern students life cycle

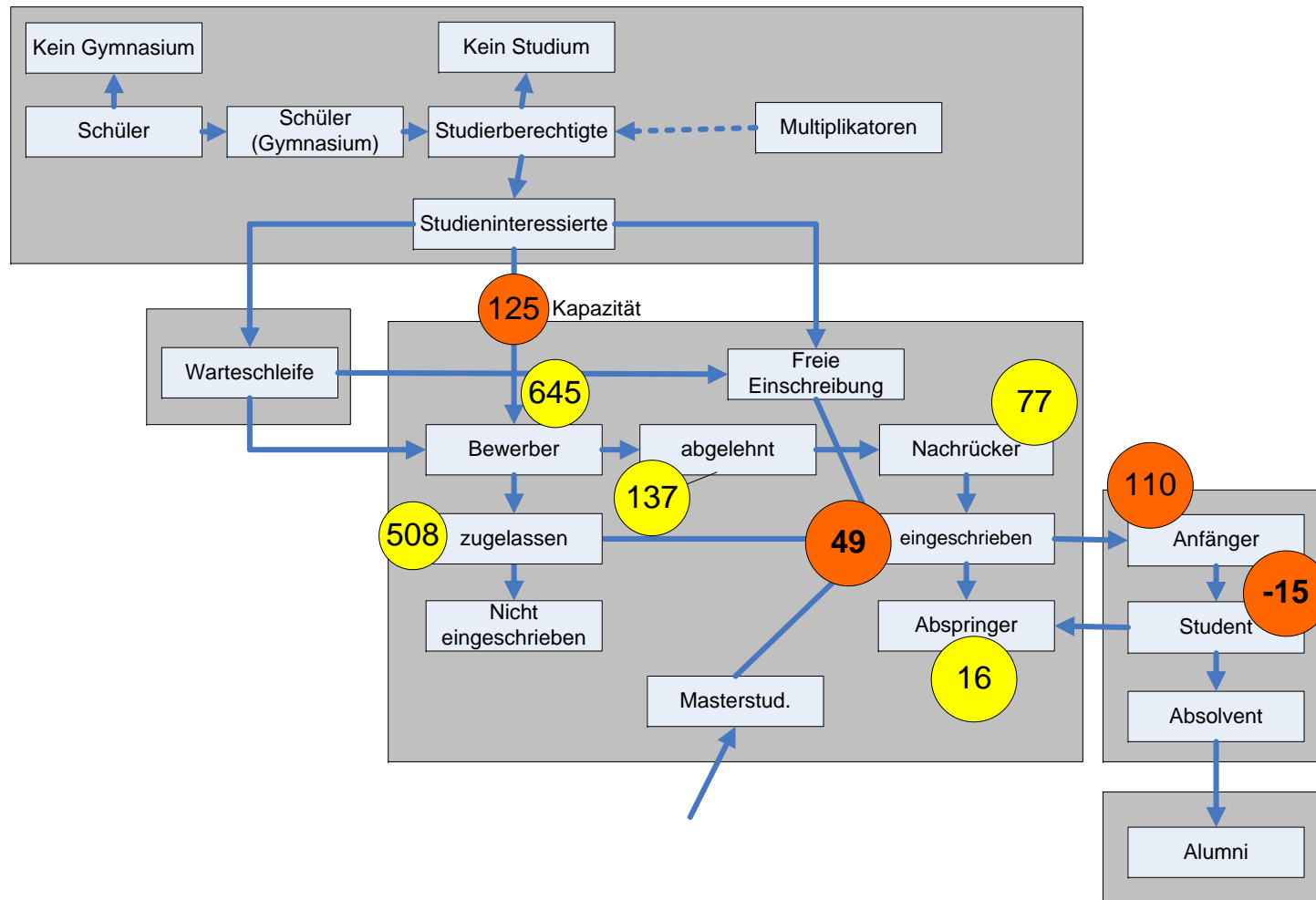


Anwendungsfall

- Z.B. Zuordnung Printprodukte
- Farbcodierung für zusätzliche Informationsebenen (aktuell / veraltet / realisiert / geplant / in Arbeit ...)
- Aufdecken und Schließen von Lücken; Verzicht auf Publikationen → Umnutzung frei werdender Budgets („internes Fundraising“)



Hochschulmarketing intern students life cycle



Anwendungsfall

- Z.B. Abbildung zahlenmäßiger Bewerbungsverlauf; konkret bezogen auf Studiengang
- Entwicklung produktiver Fragestellungen



„Klug sein 2009 / 2010“

Ausblick

- Vorbereitung und Realisierung der nächsten **Kampagne**
- Positionierung zur **Ostländer-Kampagne**
- **Pitch** für eigenes Kampagnen-Thema; Festlegung der Kommunikationsstrategie, Entwicklung visual key
- Abschluss umfangreiche **Datenerhebungen** intern / extern → Herausarbeitung Profile / Alleinstellungsmerkmale, Potentialanalysen Studiengänge; Zielgruppenbefragung
- Detaillierteres Verständnis der **Zielgruppenbefindlichkeiten**
- **Erarbeitung Konzepte** „Attraktivität“ und „Marketing“ für Ministerium
- Etablierung hochschulspezifischer „smarter“ Kommunikationsinstrumente
- **Agenda-Setting**



Impressum

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Rektorat – Stabstelle des Rektors; Hochschulmarketing
Torsten Evers
Universitätsplatz 10
06099 Halle (Saale)

Telefon: 0345 / 55 213 17

Fax: 0345 / 55 277 75

Mail: torsten.evers@rektorat.uni-halle.de

Internet: www.uni-halle.de
www.marketing.uni-halle.de
www.studier-in-halle.de



„Sei klug, studier in Halle!“ Hochschulmarketing im Zeichen des Löwen

Vortrag zum Expertenforum des CHE
13. -14. November 2008 in Göttingen

Torsten Evers, Referent für Hochschulmarketing
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Universitätsplatz
Blick auf das Audimax



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Juridicum am
Universitätsplatz,
Bibliothek der
Juristischen Fakultät



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Romeo und Julia;
Theater auf dem
Universitätsplatz,



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Hallumination zur 7.
Langen Nacht der
Wissenschaften 2008;
Löwengebäude



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Biologicum im
Technologiezentrum
weinberg campus



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Traditionelles Trabbi-
Wett-Schieben beim
Universitätssportfest,



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Kneipenmeile in der
„Kleinen Ulli“



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Unterer Marktplatz



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Franckesche Stiftungen
Hauptgebäude



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Blick von der Oberburg
der Burg
Giebichenstein auf die
Saale



Kurz vorgestellt

Universität und Stadt in Bildern



Opernhaus

