

„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



links: LEUCOREA;
Lutherstadt Wittenberg

rechts: MLU Halle;
Löwengebäude

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



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. Zugangsvorauss.)
- **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, Leibnitz-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!



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Hochschulmarketing und „Warum wir uns das antun“

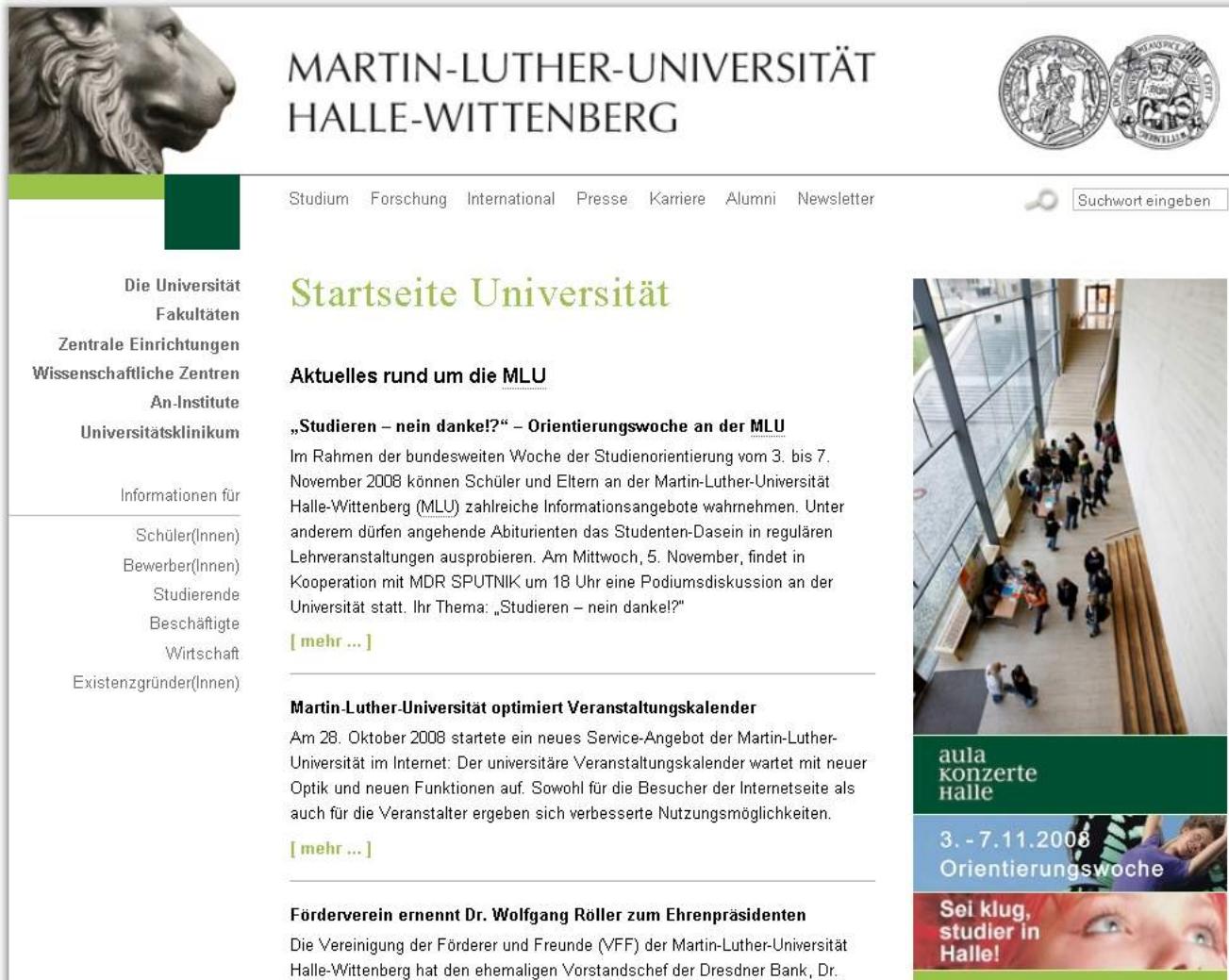
- Oktober 2006 Eintritt ins „Marketing-Zeitalter“; **Hochschulmarketing als Chefsache** von Magnifizenz Prof. Dr. Wulf Diepenbrock und neuem Rektorat
- sofortige Aufnahme erster Analysen und Aktivitäten
- erste Hochschule in Sachsen-Anhalt, die Stelle für Hochschulmarketing schuf
- Dynamik durch „**Demographischen 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



**MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG**

Studium Forschung International Presse Karriere Alumni Newsletter

Suchwort eingeben

Startseite Universität

Aktuelles rund um die MLU

„Studieren – nein danke!“ – Orientierungswoche an der MLU

Im Rahmen der bundesweiten Woche der Studienorientierung vom 3. bis 7. November 2008 können Schüler und Eltern an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) zahlreiche Informationsangebote wahrnehmen. Unter anderem dürfen angehende Abiturienten das Studenten-Dasein in regulären Lehrveranstaltungen ausprobieren. Am Mittwoch, 5. November, findet in Kooperation mit MDR SPUTNIK um 18 Uhr eine Podiumsdiskussion an der Universität statt. Ihr Thema: „Studieren – nein danke!“

[mehr ...]

Martin-Luther-Universität optimiert Veranstaltungskalender

Am 28. Oktober 2008 startete ein neues Service-Angebot der Martin-Luther-Universität im Internet: Der universitäre Veranstaltungskalender wartet mit neuer Optik und neuen Funktionen auf. Sowohl für die Besucher der Internetseite als auch für die Veranstalter ergeben sich verbesserte Nutzungsmöglichkeiten.

[mehr ...]

Förderverein ernennt Dr. Wolfgang Röller zum Ehrenpräsidenten

Die Vereinigung der Förderer und Freunde (VFF) der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg hat den ehemaligen Vorstandschef der Dresdner Bank, Dr.



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 erweitern oder vertiefen oder erweitern. Segnende kumulative Masterprogramme bauen inhaltlich auf einem bestehenden Bachelor auf, nichtkumulative Programme stehen 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 erweitern. Weiterführende Masterprogramme schließen weiter vertiefen oder erweitern. Segnende kumulative Masterprogramme bauen inhaltlich auf einem bestehenden Bachelor auf, nichtkumulative Programme stehen dagegen Bachelorabsolventen verschiedener Fachrichtungen offen. Wer beispielsweise einen Bachelor in Politikwissenschaft erworben hat, kann anschließend

Wichtig ist, sich frühzeitig über die Zulassung zu informieren. Je nach Bewertenzahl schränken die Universitäten es mehr oder weniger stark ein und machen sie vom Notendurchschnitt des Bachelorabschlusses oder von einer Aufnahmeprüfung abhängig. Der Anfang ist in den konsekutiven Masterprogrammen höher, da sie meist gleich im Anschluss beginnen.

In den nichtkumulativen Studiengängen studieren die Studenten dann, nach dem Bachelor erst einmal Berufserfahrung zu erwerben. Wie die Nachfrage am Arbeitsmarkt groß ist, kehrt wieder nach dem Schrift in den Beruf nicht mehr an die Uni zurück, und Plätze stehen frei. Daher ist der Anfang auch stark von der Wirtschaftslage abhängig, wie bauliche Zahlen dazu gibt es leider noch nicht.

Umso mehr aber darüber Gedanken machen muss, hat das System Universitäten bereits länger durchdacht – und kann es den neuen Entwicklungen erfüllen. ■

Studienführer

chemie >> Hochschulranking

**UNIVERSITÄT
Chemie**

Forschungsgruppen
Wissenschaftliche Veröffentlichungen
Forschungsgelder
Betreuung
Studienanträge insgesamt

RWTH Aachen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bremen (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bayreuth	■■■■■	■■■■■	■■■■■
FU Berlin	■■■■■	■■■■■	■■■■■
HU Berlin	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Berlin	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bielefeld	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bremen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bonn	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Braunschweig	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Jacobs Univ Bremen (ganz)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bremen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Bremen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Chemnitz	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Clausthal	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Darmstadt	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Darmstadt	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Dresden	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Düsseldorf	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Duisburg-Essen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Erlangen-Nürnberg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Frankfurt a. M.	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Bergakademie Freiberg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Freiburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Göttingen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Greifswald (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Hohenheim (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Göttingen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Göttingen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Halle-Wittenberg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Hamburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Hannover	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Heidelberg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Hildesheim (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Innsbruck (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Konstanz	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU Kaiserslautern	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Kassel	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Kiel	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Köln	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Konstanz	■■■■■	■■■■■	■■■■■
EPT Landau (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Leipzig	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Mainz	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Marburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Münster	■■■■■	■■■■■	■■■■■
TU München	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Münster	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Oldenburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Osnabrück	■■■■■	■■■■■	■■■■■

Stand 2005

Hinweis: Bei allen den Studien gerade nachgeholten werden die letzten Daten vorliegen, werden, so ist es im Falle der Hochschulbewertung, die entsprechenden Daten der vorherigen Hochschulbewertung benutzt. Wird mit dieser Basiszahl eine Fakultät bewertet, so werden die entsprechenden Daten der vorherigen Hochschulbewertung benutzt. Weitere Informationen unter www.rankings.uni-halle.de

**UNIVERSITÄT
Chemie**

Forschungsgruppen
Wissenschaftliche Veröffentlichungen
Forschungsgelder
Betreuung
Studienanträge insgesamt

Univ Paderborn	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Potsdam	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Regensburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Rostock	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Saarbrücken	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Siegen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Stuttgart	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Tübingen	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Ulm	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Würzburg (A)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Würzburg	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Wuppertal	■■■■■	■■■■■	■■■■■
ETH Zürich (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■
Univ Zürich (CH)	■■■■■	■■■■■	■■■■■

Hinweis: Bei allen den Studien gerade nachgeholten werden die letzten Daten vorliegen, werden, so ist es im Falle der Hochschulbewertung, die entsprechenden Daten der vorherigen Hochschulbewertung benutzt. Wird mit dieser Basiszahl eine Fakultät bewertet, so werden die entsprechenden Daten der vorherigen Hochschulbewertung benutzt. Weitere Informationen unter www.rankings.uni-halle.de

**CHENIE
Ranking kompakt**

DAS PRINZIP: Es werden Daten zu 27 Kriterien erhoben. Die Tabelle kann nicht der wichtigsten davon abw. Eine Leisungsleiterung für die Rang-Tabelle befindet sich auf Seite 142. Wie die Hochschulen in allen Kriterien abgeschnitten haben, steht unter www.rankings.uni-halle.de

ERGEBNISSE: Wenn die Studenten die Studienanträge insgesamt bewerten, schafft es zwölf Universitäten in der Spitzengruppe. Mit der Betreuung zeigen sich die Studienanträge ebenfalls an. Die Hochschulen überzeugen durchheitlich. Die Universität Göttingen punktet gleich toll wie vier ihrer abgelegenen Kriterien (= Studienanträge insgesamt, -bewilligung, -Forschungsaufgaben, -Wissenschaftliche Verdienststichpunkte). Die Hochschulen gelten gut um Prozenten des Fachs genutzt zu werden und die TU München sowie die ETH Zürich (Klimatik) -forschungsbereitschaften.

Spitzengruppe: Hintergruppe, ■=Sollgruppe, ■=Nicht genutzt Dekre. Datum vorhanden, zu geringe Punktzahl, ■=Aufsteiger, ▲=Absteiger (gegenüber letzten Rangplatz)

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

- Du willst eine über-schauende Stadt mit Flair!
- Du willst direkten Draht zu Profis und Praxis!
- Du hast bereits einen Bachelor oder ein Diplom (FH) in Chemie, Physik oder Materialwissenschaften!
- Du magst internationale Atmosphäre und sprichst gut Englisch!

**Sei klug.
Studier in Halle!**

www.polymers.uni-halle.de

Anzeiger

- 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!“

Sei klug, studier in Halle!

UNI-Button

KINDER-UNI-Button

2 Du willst das Beste in Lehre und Labor.

3 Du willst, dass Dein Prof Dich kennt.

4 Du willst Vorbilder und Visionen.

5 Du willst Praktikum und Perspektive.

6 Du willst kurze Wege zwischen Bibliothek, Bier und Bett.

7 Du willst eine unvergessliche Stadt.

8 Du willst Tango, Tennis und Theater.

9 Du willst Deine Kohle nicht verheizen.

10 Du willst schnell hin und weg sein.

Werbeartikel

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



Im Zeichen des Löwen

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



Kino

Regionalzeitungen



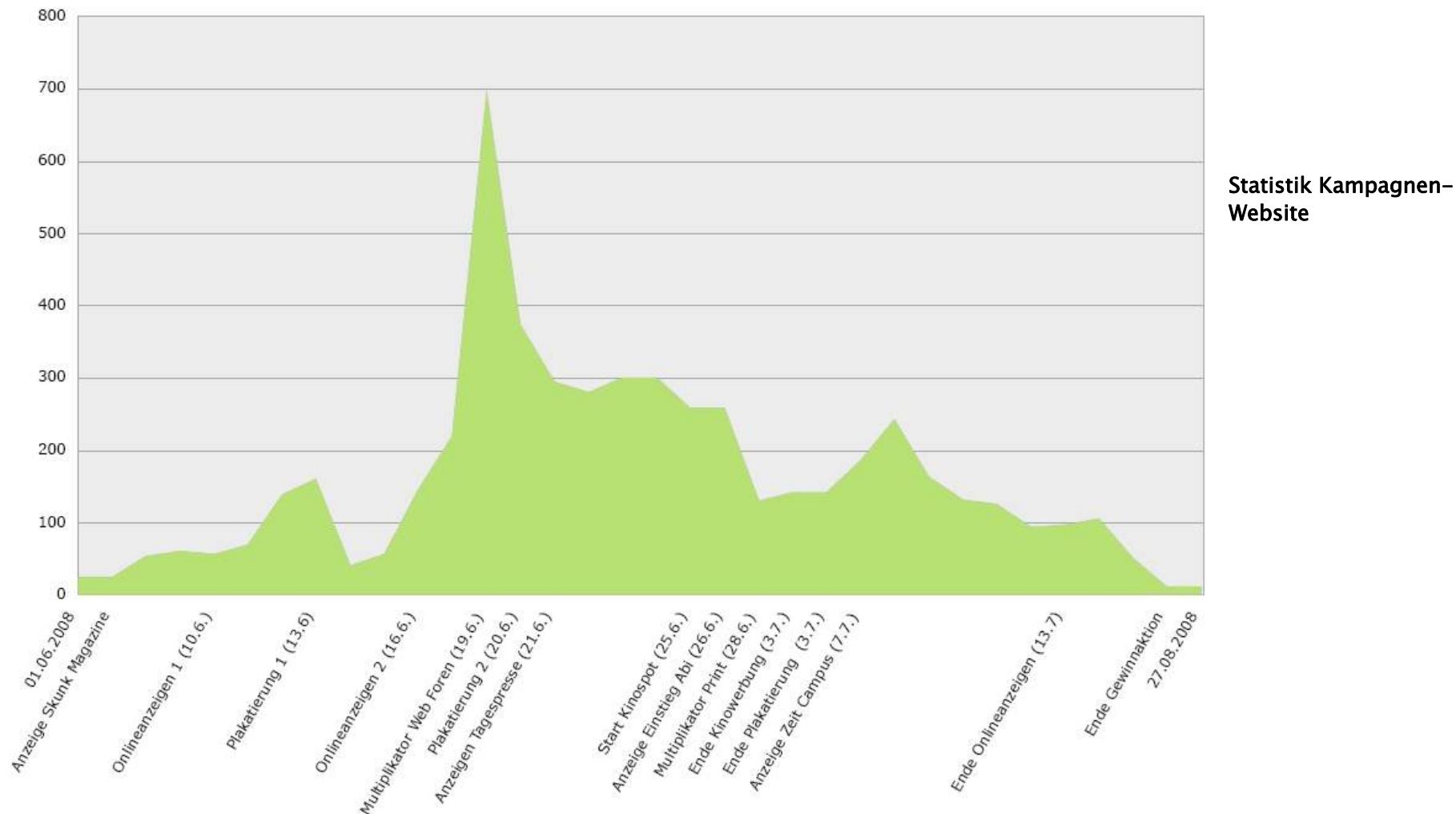
Plakat

(Finanzierung durch die
Stadt)



Im Zeichen des Löwen

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



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

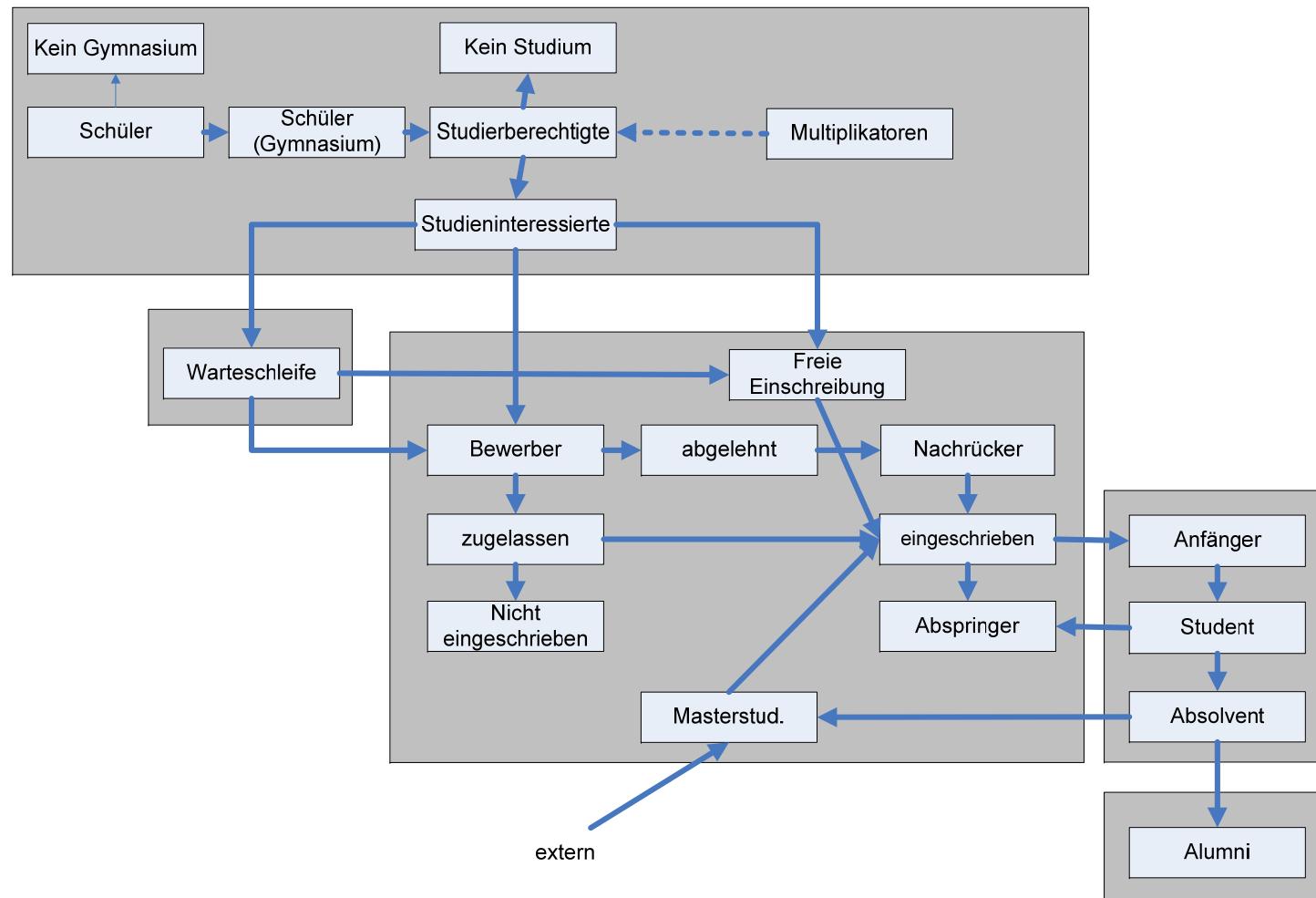
Ziele und Strategien

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

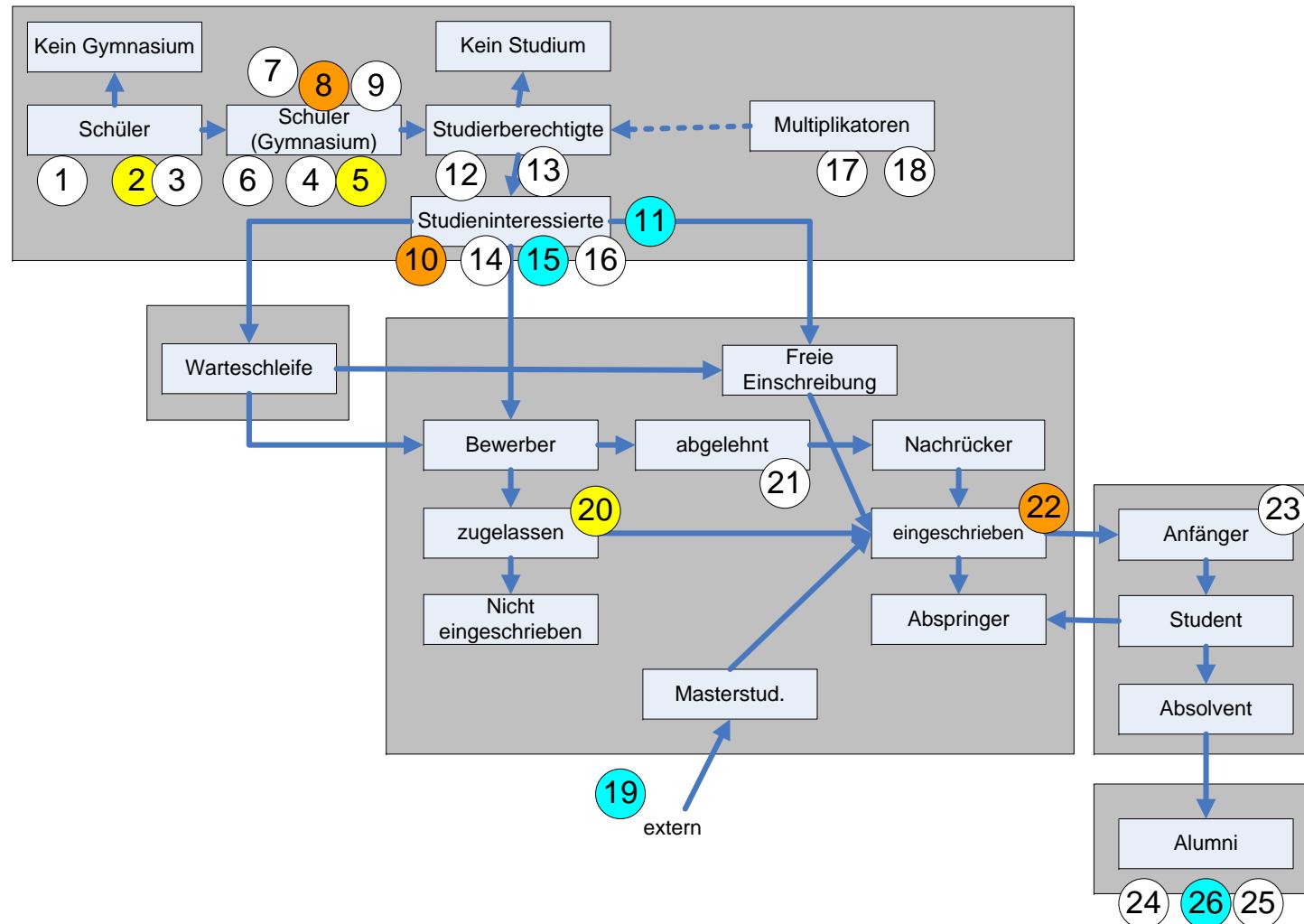


Basisstruktur

- 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 Verwaltungs-vorgänge



Hochschulmarketing intern students life cycle

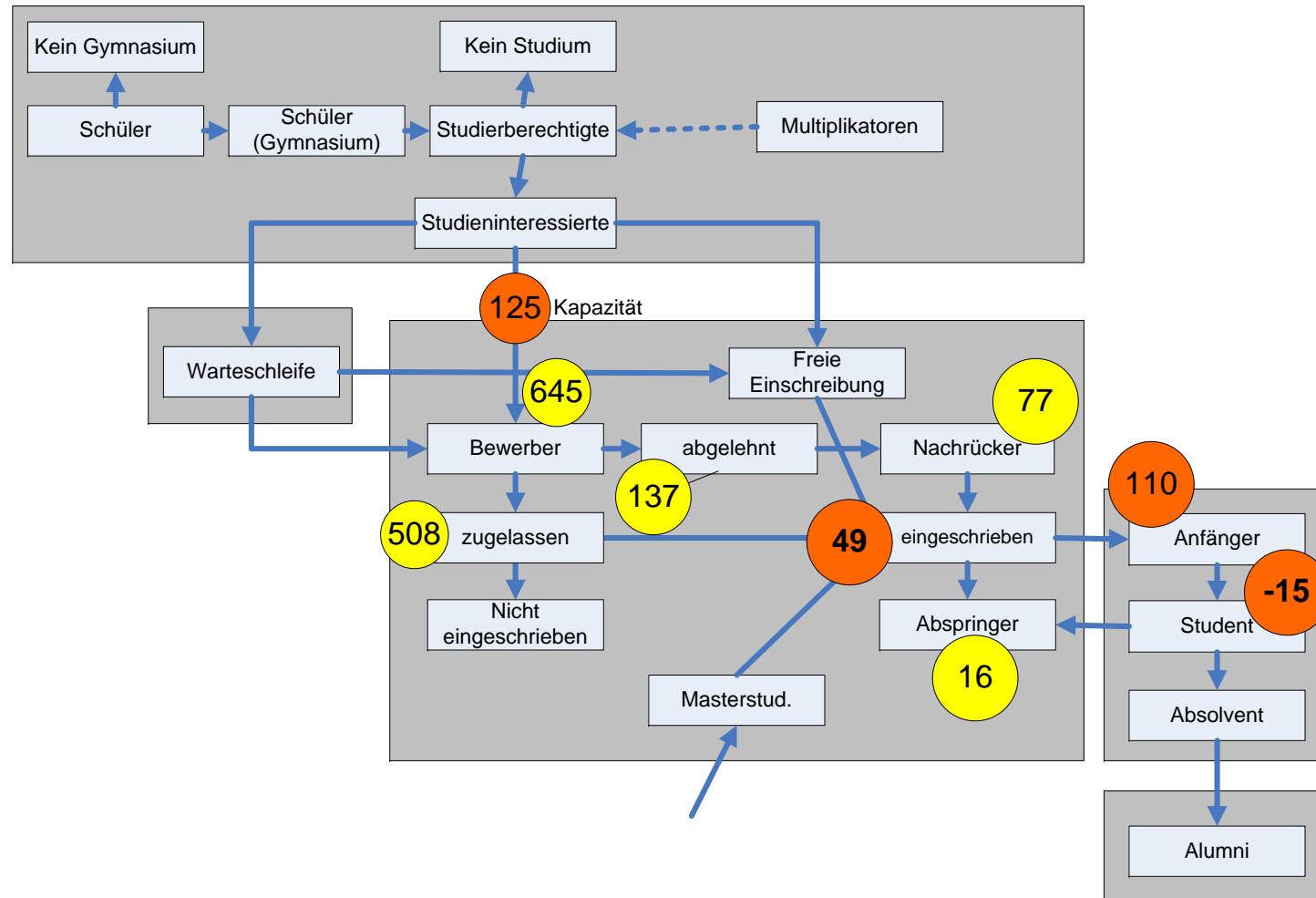


Anwendungsfall

- 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



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

„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



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

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



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

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

