

“Attraktive Studienbedingungen und Marketing an ostdeutschen Hochschulen“

Auftaktveranstaltung zum Best-Practice-Prozess 2011

**7./8. April 2011 an der
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg**

www.che-consult.de



**Hochschulinitiative
Neue Bundesländer**

Einführung in Veranstaltung und Thema

Markus F. Langer, Partner, CHE Consult GmbH

7.4.2011, 13.30 – 13.45 Uhr



- Die Vermarktung ostdeutscher Hochschulen und Ihrer Studienangebote läuft: Studieren in Fernost
- Nicht abschließend beantwortet ist die Frage: Warum in den Osten gehen, was macht attraktiv?
- Vermarktungsfähig muss die Attraktivität sein: soll heißen, dass man sich Gedanken macht, wie man die „frohe Botschaft“ rüber bringt ...
- Damit ist die Frage gestellt, wie man Studienbedingungen und -angebote optimiert
= Produktpolitik
- „Ganzheitliches Marketing“ = „uralte“ CHE-Position und Thema dieser Veranstaltung

1. Projekt

Vermarktungsfähige Attraktivität der Studienbedingungen an Ostdeutschen Hochschulen

- Wettbewerb
- Best-Practice-Prozess

2. Projekt

Club der kleinen Fachhochschulen Ostdeutschlands

3. Projekt

Benchmarking-Initiative

1. Projekt: Vermarktungsfähige Attraktivität der Studienbedingungen an ostdeutschen Hochschulen

- Attraktivität der Studienbedingungen und deren Vermarktung sind zwei Seiten derselben Medaille
 - Wettbewerb „Vermarktungsfähige Attraktivität der Studienbedingungen an ostdeutschen Hochschulen“:
 - Integraler Bestandteil der länderübergreifenden Hochschulkampagne
 - Vernetzung mit den anderen Kamagnenaktivitäten
 - Aktivitäten der unterschiedlichen Akteure:
 - Scholz & Friends: Workshopdurchführung mit den Hochschulen zwecks Beratung in den Bereichen Online- und Dialogmarketing; außerdem Kommunikation
 - CHE Consult: Umsetzungsbegleitung und Moderation
-  Kommunikation der Ideen und des Umsetzungsprozesses an Hochschulen und breiter Öffentlichkeit durch Scholz & Friends

1. SWOT-Analyse
2. Identifikation von Ansatzpunkten der Attraktivitätsverbesserung auf Basis der SWOT-Analyse und Priorisierung
3. Entwicklung von Detailkonzepten für zwei hochprioritäre Maßnahmen (-bündel) inklusive Umsetzungspläne
4. Erläuterung der Verwendung des Preisgeldes von 100.000 Euro

Juryentscheid

- Auszeichnung von acht Gewinnerhochschulen mit je 100.000 Euro
 - Technische Universität Dresden
 - Technische Universität Ilmenau
 - Fachhochschule Jena
 - Hochschule Neubrandenburg
 - Universität Rostock
 - Bauhaus-Universität Weimar
 - Hochschule Wismar
 - Westsächsische Hochschule Zwickau
- Anerkennungspreis an vier Hochschulen mit je 50.000 Euro
 - Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden
 - Universität Leipzig
 - Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
 - Universität Potsdam

2. Projekt: Club der kleinen Fachhochschulen Ostdeutschlands

Übersicht der zehn kleineren Fachhochschulen Ostdeutschlands (weniger als 3.500 Studierende)



- Fachhochschule Brandenburg
- Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
- Hochschule Harz
- Hochschule Lausitz
- Hochschule Merseburg
- Hochschule Neubrandenburg
- Fachhochschule Nordhausen
- Fachhochschule Potsdam
- Fachhochschule Schmalkalden
- Fachhochschule Stralsund

Übergeordnetes Ziel: Gegenseitiger Erfahrungsaustausch

Benchmarking (Jede Hochschule stellt den anderen Hochschulen eigene, interne Informationen zur Verfügung)

Themen: Organisation, die interne Mobilisierung und die interne & externe Kommunikation, Alumniarbeit als weiterer thematischer Schwerpunkt

Weitere Ziele: Gemeinsame Aktivitäten, Initiativen

- 16./17. 03.2011:
Auftaktveranstaltung an der Hochschule Neubrandenburg
- 18./19.05.2011:
Zweiter Workshop an der Hochschule für nachhaltige
Entwicklung Eberswalde
- 08./09.09.2011:
Dritter Workshop an der Fachhochschule Potsdam
- November 2011:
Fertigstellung von 2 (?) Handlungsleitfäden zu den
Schwerpunktthemen
- 17./18.11.2011:
Abschlussworkshop an der Fachhochschule Nordhausen

3. Projekt: Benchmarking-Initiative

- Individuelle Auftaktgespräche mit allen Hochschulen auf Leitungsebene
- Durchführung jeweils halbtägiger inhaltlicher Workshops mit allen Hochschulen
- Integration der Hochschulleitungs- und Arbeitsebene in allen Prozessschritten, Datenservices von CHE Consult sowie Organisation externer Impulse
- Zusammenführung und Diskussion der Ergebnisse in einem übergreifenden Workshop aller beteiligten Hochschulen
- Wissenstransfer durch je einen Handlungsleitfaden je Schwerpunktthema/Hochschule
- Abschlussveranstaltung

Best-Practice-Prozess 2011/2012 im Überblick



Best-Practice -Prozess von Januar 2011 bis März 2012

	Jan 2011	Feb 2011	Mrz 2011	Apr 2011	Mai 2011	Jun 2011	Jul 2011	Aug 2011	Sep 2011	Okt 2011	Nov 2011	Dez 2011	Jan 2012	Feb 2012	Mrz 2012
"Hotline" zum Best-Practice-Prozess 2011 bei CHE Consult Workshops mit den Gewinnerhochschulen															
Club der kleinen Fachhochschulen Ostdeutschlands: Organisation, Marketing und Attraktivität Auftaktveranstaltung am 7./8. April an der Universität Magdeburg															
Benchmarking-Initiative															
Konzeptpapier 1: Leitfaden zur Erstellung einer SWOT-Analyse von Hochschulen															
Konzeptpapier 2: Merkmale eines attraktiven Studiums - Grundlagen eines Attraktivitätsversprechens Abschlussveranstaltung Best-Practice 2011, Ort und Zeitpunkt N.N.															
Handlungsmanuale Gewinnerhochschulen: Von der Idee zur Umsetzung attraktiver Studienbedingungen und -angebote															

- CHE Consult-Handlungsleitfäden zu ausgewählten Themen (SWOT-Analysen für Hochschulen, Attraktive Studienbedingungen/ „Attraktivitätsversprechen“)
- Leitfäden der Hochschulprojekte
- Agenda-Setting und Wissenstransfer im Rahmen von Workshops und Tagungen
- Mobilisation dezentraler Akteure in den Hochschulen (Produktpolitik betrifft vor allem auch diejenigen, die die Produkte gestalten)
- Ganzheitliches Marketingkonzept vermitteln und in den Hochschulen verankern
- Weitere Unterstützung der Hochschulen (u.A. Daten, Analysen, Teilkonzepte)

Projektteam „Vermarktungsfähige Attraktivität der Studienbedingungen an ostdeutschen Hochschulen“ (Stand: April 2011)



CHE Consult GmbH
Verler Straße 6
33332 Gütersloh
Tel.: 05241 21179-32
Fax: 05241 21179-52



Projektleitung

Markus F. Langer (Dipl.-Ök.)

Aufgaben: Leitung, Konzeption,
Workshops, Analysen

markus.langer@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-31



zuständiger Geschäftsführer, Projektmitarbeit

Yorck Hener (Dipl.-Soz.-Wiss.)

Aufgaben: Konzeption,
Analysen

yorck.hener@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-37



Gunvald Herdin
(Dipl.-Kfm.)

Projektmitarbeit

Aufgaben:
Konzeption, Work-
shops, Analysen

gunvald.herdin@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-55



Dr. Michael Stückradt
Staatssekretär a.D.

Projektmitarbeit

Aufgaben:
Konzeption, Analysen

michael.stueckradt@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-57



Cordula Konrad
(B.A.)

Projektmitarbeit

Aufgaben:
Konzeption, Work-
shops, Recherchen

cordula.konrad@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-34



Lars Hüning
(Dipl.-Kult.)

Projektmitarbeit

Aufgaben:
Public Relations

lars.huening@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-73



Lena Dreblow

Projektassistenz

Aufgaben:
Organisation,
Eventmanagement,
Sekretariat

lena.dreblow@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-32



Eva Strunz
(B.A. Soz.)

Backoffice

Aufgaben:
Recherchen,
Datenanalysen

eva.strunz@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-75



Tammy Ries
(B.A. Soz.)

Backoffice

Aufgaben:
Recherchen,
Datenanalysen

tammy.ries@che-consult.de

Telefon: 05241 21179-75

- Was macht attraktiv?
- Wie stellt man Attraktivität her?
- Wie kommuniziert man Attraktivität?



TEST:
Bitte drücken Sie die 1!

15

1. 1



2. 2

0%

Jetzt
abstimmen



TEST:

Sind Sie männlich oder weiblich?

15

1. männlich



2. weiblich



Jetzt
abstimmen



Stimmungsbild: In allen Diskussionen werden immer wieder verschiedene Aspekte als zentrale Erfolgsfaktoren des Studierendenmarketing genannt. Welches ist aus Ihrer Sicht der wichtigste Faktor:

1. Image der Stadt/Region
 22%
2. Die Rahmenbedingungen des Studiums (Services von Studentenwerk und Hochschule, Ausstattung)
 8%
3. Das Studienangebot selbst (Qualität in Lehre und Forschung, Breite)
 60%
4. Die (externe) Kommunikation der Hochschule (PR/Werbung)
 5%
5. Die interne Aufstellung der Hochschule (Organisation, Kommunikation)
 3%
6. Service- und Berufsorientierung im Studium
 2%

**Jetzt
abstimmen**