



Die Kampagne „**Abenteuer FernOst**“ an der **Universität Leipzig**

Tagung „Attraktiver und Sichtbarer. Zwischenbilanz 5 Jahre Hochschulinitiative Neue Bundesländer“ am 16 & 17. April 2012

Worum soll es heute gehen?

1. Ausgangslage 2009
2. „Abenteuer FernOst“ an der Universität Leipzig – Von der Idee bis zur Umsetzung
3. Kampagnenevaluation – Was hat die Kampagne erreicht?
4. Nach „Abenteuer FernOst“ – ein Ausblick



1. Ausgangslage 2009



1. Ausgangslage 2009

- Studenten Service Zentrum als One-Stop-Service-Einheit bereits 2008 eröffnet
- Fokus: Begleitung der interessierten Studienbewerber zur Einschreibung und beim Start ins Studium
- Erweiterung der bisherigen Betreuungsphasen: Information – Beratung – Erstsemesterinformation

Beratung – Bewerben – **Begeistert werden** – **Entscheiden** – **Einschreiben** – **Kommen** – **Bleiben** – **Weitersagen**



UNIVERSITÄT LEIPZIG



1. Ausgangslage 2009

Ziele:

- Mehr westdeutsche Studieninteressenten von einem Studium an der Universität Leipzig überzeugen
- Service-Angebote im SSZ um konkrete Aktionen in der Entscheidungsphase erweitern
- Bundesweite Berichterstattung und Online-Erfahrungsberichte über den einfachen Start ins Studium in Leipzig generieren
- Verbesserung des Images der Universität in der Zielgruppe
- Zukünftig in den früheren Phasen mehr Bewerbungen generieren



UNIVERSITÄT LEIPZIG

2. „Abenteuer FernOst“ – Von der Idee bis zur Umsetzung

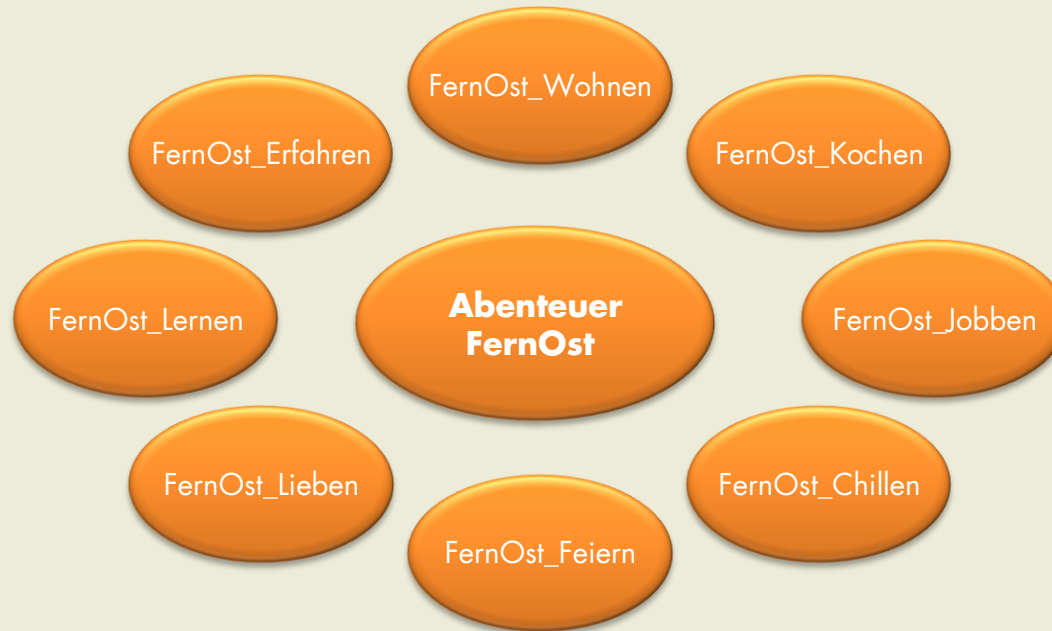
2. Von der Idee bis zur Umsetzung

- Siegerprojekt des Wettbewerbs „Schneller ins Studium“ 2009 der Hochschulinitiative Neue Bundesländer, finanziert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (100.000 € Fördersumme) sowie durch **Sponsorenleistungen** und **Eigenbeteiligungen**
- Erneute Förderung im Wettbewerb „Attraktive Studienbedingungen und deren Vermarktung“ 2010/11 (50.000 € Fördersumme), einzelne Maßnahmen 2011 eigenfinanziert
- Ursprüngliches Marketingkonzept erarbeitet von 15 Studierenden der KMW unter der Leitung von Prof. Dr. A. Zerfaß – gemeinsam mit der ÖA sowie der ZSB, Ende 2010 Weiterentwicklung



Strategische & inhaltliche Idee

Befragung von Erstsemestern zeigte – Studieren ist für alle persönlich ein großes Abenteuer und verspricht neben dem Bildungsziel vor allem neue Freiheiten – das passte ideal zur größten Stärke Leipzigs – der Attraktivität der Stadt



Deshalb:

Wir helfen nicht nur ganz rational beim Studieneinstieg, sondern zeigen vor allem, wie man als Student(in) in Leipzig leben kann



Die Umsetzung





DIALOG – ERLEBEN – INFORMATION

Die AbenteuerReise



UNIVERSITÄT LEIPZIG



Campustour



Kneipentour



Schnuppervorlesung



Abschiedsfoto 2009



Begrüßung 2011





MEDIENINSZENIERUNG – AUTHENTISCHES STORYTELLING

AbenteuerTrip & AbenteuerWG





DIALOG – ERLEBEN – BINDUNG

Die AbenteuerWoche



UNIVERSITÄT LEIPZIG



STORYTELLING – DIALOG – BERATUNG AUF AUGENHÖHE

Die AbenteuerBotschafterin



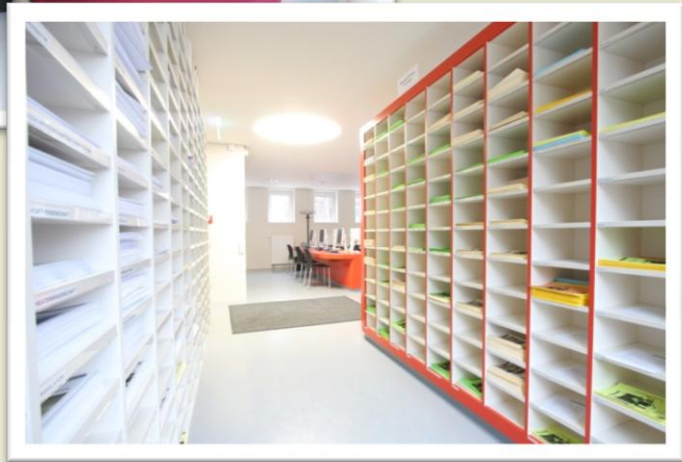
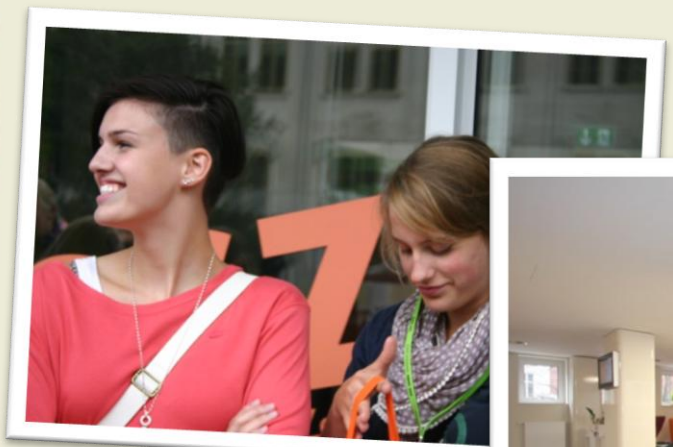
UNIVERSITÄT LEIPZIG



Die AbenteuerZentrale: Serviceplattform 3 Minuten vom Campus



UNIVERSITÄT LEIPZIG



Die 360-Grad-Perspektive im Web

Abenteuer FernOst – Leipzig studieren!

Herzlich Willkommen auf dem **Studienstart-Portal** der **Universität Leipzig**. Hier bekommst du nützliche Tipps zu deinem Studium im **Herzen der sächsischen Metropole**. Ganz einfach zu merken: **Leipzig studieren!**

Ins Studienleben reinschnuppern – wo geht das?
Was geht in Leipzig?
Was kann ich an der Uni Leipzig studieren?
Studentenwohnheim oder lieber WG-Zimmer?
BAföG – wo gibt es Anträge?

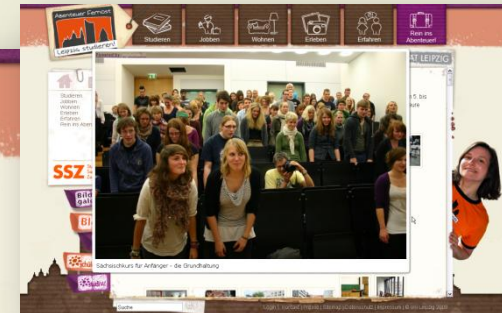
Mehr Infos, die große Studiensuchmaschine und Filme rund ums Studium im Osten der Republik findest du [hier](#).

Neuigkeiten

31.05.2011 Neues zu **ERFAHREN**

Suche GO

Login | Kontakt | Presse | Sitemap | Datenschutz | Impressum | © Uni Leipzig 2009



UNIVERSITÄT LEIPZIG

27.04.2011 **Früh engagiert sich...**

wer ein Meister werden will. Als ich mein Kommunikations- und Medienwissenschaftstudium begann, war mir relativ schnell klar, dass ich mich neben meinem zu absolvierenden Pensum für die Uni engagieren will, um mit Gleichgesinnten in Kontakt zu kommen und um nebenbei praktische Erfahrungen zu sammeln. Leipzig bietet mit seinen zahlreichen studentischen Initiativen genügend Möglichkeiten dafür.

Kategorien

- AbenteuerVZ (16)
- AbenteuerVZ (16)
- Campus Spezialist (29)

Neue Kommentare

- Finde ich Klasse da ...
- Lieber Blog Leser...
- H.Wir dann dieses ...

Bellebte Artikel

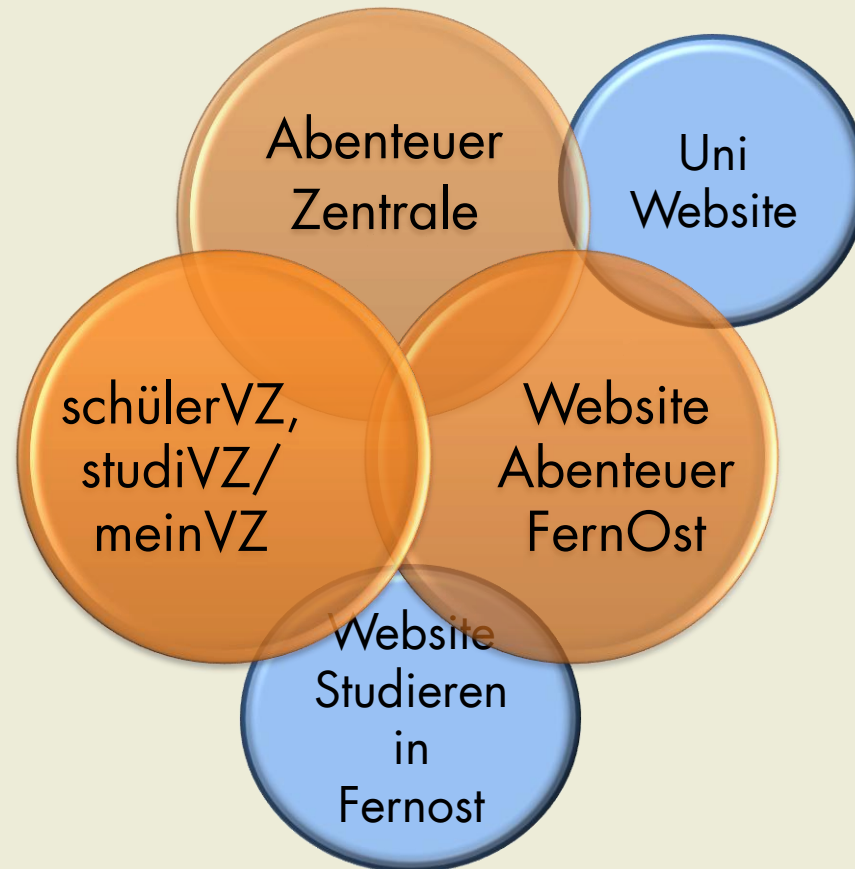
- Es schneit es schneit kommt alle aus dem Haus!
- Äh... Zeit uns eure Wohnung!
- Aberte zu Leipzig

Les mehr...

abenteuerfernost.uni-leipzig.de als Plattform für Social Media Content

2. Von der Idee bis zur Umsetzung

Offline- und Onlineplattformen





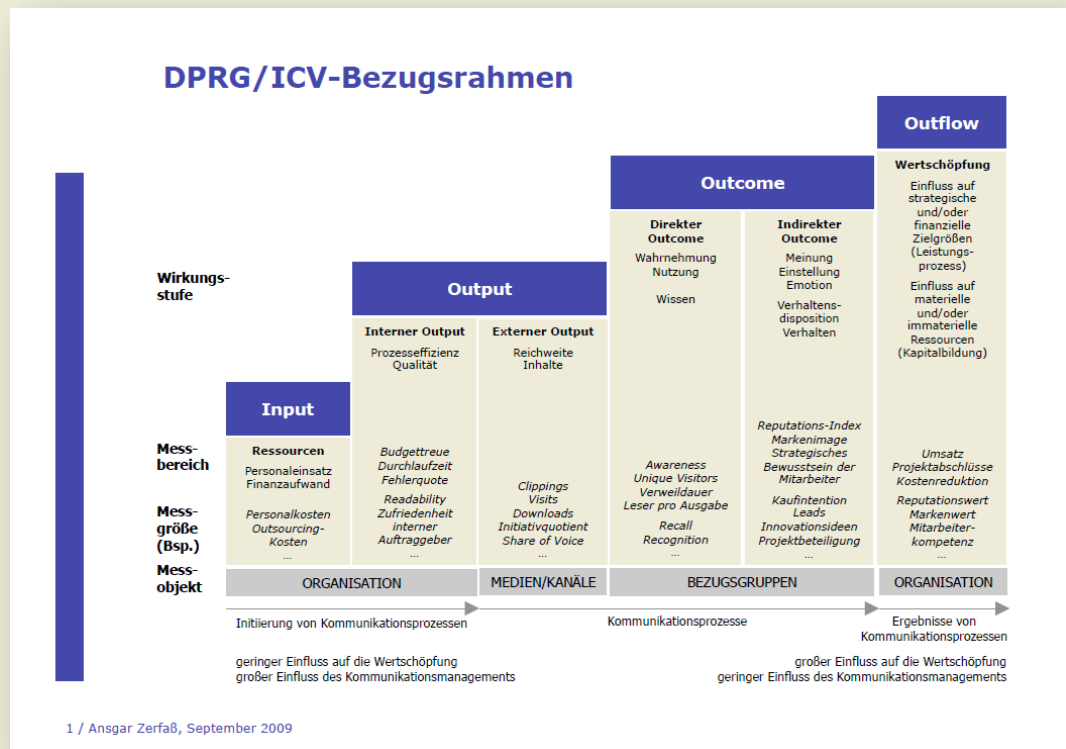
UNIVERSITÄT LEIPZIG

3. Kampagnenevaluation – Was hat die Kampagne erreicht?



3. Kampagnenevaluation

Evaluiert nach DPRG und ICV Bezugsrahmen:



Quelle: www.communicationcontrolling.de



3. Kampagnenevaluation

Evaluiert nach DPRG und ICV Bezugsrahmen:

Outflow: „Welche werthaltigen Zielgrößen können dadurch erhöht werden?“

Erstsemesterstudenten aus den alten Bundesländern

WS 07/08	16,3 % (848)
WS 08/09	15,5 % (826)
WS 09/10	19,5 % (1.291)
WS 10/11	22,4 % (1.521)
WS 11/12	29 % (2.031)

Kampagnenlaufzeit

2011 Studienbewerberrekord aus den alten Bundesländern
2011 Bewerber Westen > Bewerber Osten



3. Kampagnenevaluation

Evaluert nach DPRG und ICV Bezugsrahmen:

Outcome: „Wie stark werden Meinungen/Absichten beeinflusst?“

150 Reiseteilnehmer der AbenteuerReise pro Jahr, im Durchschnitt **80 Prozent** davon entscheiden sich im Anschluss für ein Studium an der Uni Leipzig

Universität Leipzig war **Wunschhochschule Nr. 1** von Abiturienten im **SchülerVZ**





3. Kampagnenevaluation

Evaluiert nach DPRG und ICV Bezugsrahmen:

Output: „Welche Kontaktangebote werden geschaffen?“

**intensive, positive
Medienberichterstattung** in
lokaler, regionaler und nationaler
Presse, in Hörfunk, TV und Online





3. Kampagnenevaluation

Evaluiert nach DPRG und ICV Bezugsrahmen:

Output: „Welche Kontaktangebote werden geschaffen?“

6.700 Besucher der Kampagnenwebsite im September 2011

Positive Ergebnisse auch beim Benchmarking:

Absprungrate, durchschnittliche Besuchszeit und durchschnittliche Anzahl an aufgerufenen Seiten liegen oberhalb der Durchschnittswerte der Websites anderer Hochschulen und Universitäten





UNIVERSITÄT LEIPZIG

4. Nach „Abenteuer FernOst“ – ein Ausblick



4. Nach „Abenteuer FernOst“

Authentische Hochschulkommunikation

- = Lebenswelt der Rezipienten erreichen
- = Realität der Universität transparent machen

Online- und Offlinemaßnahmen miteinander verzahnen

- a. Online:** schnell, partizipativ im Web mit Bewegtbildkommunikation und Communities
- b. Offline:** authentisch, dialogorientiert, persönlich, emotional, erlebnisorientiert





UNIVERSITÄT LEIPZIG

4. Nach „Abenteuer FernOst“

2009: Impuls zum Ausbau des Studierendenmarketings

2010 & 2011: Intensive Umsetzungs- und Weiterentwicklungsphase

Ab 2012: Konsolidierungsphase
Schülerportal inkl. Social Media

- Stärkere Serviceorientierung
- Denken aus Zielgruppenperspektive
- Stärkere interne Vernetzung
- Weiterführung einzelner Maßnahmen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Universität Leipzig **Koordinatorin Schülerportal**

Nancy Beyer
Goethestraße 6
Zimmer 03, Erdgeschoss
04109 Leipzig

E-Mail: nancy.beyer@zv.uni-leipzig.de
Telefon: 0341 97-32072
Web: abenteuerfernost.uni-leipzig.de