



## 16. Osnabrücker Kolloquium zum Hochschul- und Wissenschaftsmanagement am Donnerstag, 21. Februar 2019

### Quo Vadis Hochschulmarketing? Stand, Trends und Perspektiven

#### PROGRAMM

Es ist nicht klar, wo das Hochschulmarketing in Deutschland steht. Einerseits entsteht der Eindruck, dass viele Hochschulen nicht über die klassische Öffentlichkeitsarbeit hinausgehen. Dass Marketing auch Produktpolitik ist, scheint nicht überall angekommen zu sein. Andererseits gibt es wichtige Treiber, die Marketing ganz neu ins Zentrum rücken: Digitale Kommunikation und permanenter Zugang zu sozialen Medien schaffen für Hochschulen Chancen und Herausforderungen zugleich. Modernes Marketing scheint für diejenigen Hochschulen unerlässlich, die in den kommenden Jahren angesichts des demographischen Wandels ums Überleben kämpfen werden und neue wie passende Studierendengruppen erreichen müssen. Die Interaktion zwischen Hochschulen und Gesellschaft im Zusammenhang mit der „third mission“ von Hochschulen schafft ganz neue Beziehungen u.a. zu regionalen Partnern, die durch Marketing gestaltbar sind. Hochschulen legen mehr Augenmerk auf die Markenbildung, kämpfen aber gleichzeitig mit der Frage der optimalen Verteilung der zentralen oder dezentralen Verantwortung für Aufgaben des Marketings.

Die Osnabrücker Tagung 2019 nimmt eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation vor und identifiziert Treiber und Trends. Fragen sind:

- Wie weit ist das Marketing an Hochschulen gekommen? Wurden die Erwartungen erfüllt? Was sind die Zukunftsperspektiven?
- Welche Good Practices aus Universitäten und Fachhochschulen lassen sich identifizieren? Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren für Marketing im Dienste von Forschung, Lehre und dritter Mission?
- Welche Ansätze finden sich zum Umgang mit konkreten aktuellen Themen des Hochschulmarketings (Markenführung und Hochschulprofil, zentrale und dezentrale Verantwortung, crossmediale Kommunikation, u.a.)?

Wie in jedem Jahr ist die Tagung eine Mischung aus übergeordneten Inputs, Werkstattberichten aus der Praxis und interaktiven Diskussionsformaten.

#### **09.30 Uhr Empfang**

Registrierung der Gäste

#### **10.00 Uhr Begrüßung**

#### **10.10 Uhr Hochschulmarketing 2019 in Deutschland: Stand, Treiber, Themen und Zukunftsperspektiven**

Dr. Patrick Honecker, Pressesprecher und Dezernatsleiter, Svenja Rausch, M.A,  
Dezernat Kommunikation & Marketing, Universität zu Köln

#### **Hochschule als Dienstleistungsmarke? - Mehr als nur Branding!**

Prof. Dr. Sabine Eggers, Dekanin der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und  
Vizepräsidentin für Hochschulmarketing, Hochschule Osnabrück



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**16. Osnabrücker Kolloquium zum Hochschul- und Wissenschaftsmanagement  
am Donnerstag, 21. Februar 2019**

**Quo Vadis Hochschulmarketing? Stand, Trends und Perspektiven**

**PROGRAMM**

**11.25 Uhr Kaffeepause**

**11.55 Uhr Marketing und Profilbildung: Beispiel der „Bürgeruni“**

Dr. Olaf Kaltenborn, Pressesprecher und Leiter PR & Kommunikation, Goethe-Universität Frankfurt

**Auf dem Weg zur gemeinsamen Markenkommunikation: Ein Werkstattbericht einer großen und diversen Hochschule**

Prof. Dr. Micha Teuscher, Präsident, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

**13.10 Uhr Mittagspause**

**14.15 Uhr Drei parallel stattfindende Themenworkshops:**

A: Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer, IST-Hochschule für Management: Social-Media und mobilgeräte-optimierte Websites

B: Prof. Dr. Sabine Eggers, Hochschule Osnabrück: Dienstleistungsmarke – Hindernisse und Empfehlungen

C: Dr. Ringo Ossewaarde, Universiteit Twente: Design a new study programme from a market perspective: Management, Society and Technology at the University of Twente

**15.15 Uhr Kaffeepause**

**15.45 Uhr Drei parallel stattfindende Themenworkshops:**

A: Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer, IST-Hochschule für Management: Social-Media und mobilgeräte-optimierte Websites

B: Prof. Dr. Sabine Eggers, Hochschule Osnabrück: Dienstleistungsmarke – Hindernisse und Empfehlungen

C: Dr. Ringo Ossewaarde, Universiteit Twente: Design a new study programme from a market perspective: Management, Society and Technology at the University of Twente

**16.45 Uhr Zusammenfassung der Ergebnisse, Diskussion und Erfolgsfaktoren**

**17.15 Uhr Verabschiedung**

**Moderation: Prof. Dr. Hans Vossensteyn, Prof. Dr. Frank Ziegele**

**IC Richtung Hannover/ICE Richtung Berlin um 18.08 Uhr**

**IC Richtung Hamburg um 18.23 Uhr**

**IC Richtung Köln um 18.37 Uhr**

...in ca. 20 Minuten zum Hauptbahnhof Osnabrück mit Buslinie 22 bzw. 21 von Haltestelle „Caprivistraße“ (andere Straßenseite ggü. Eingang), Abfahrtszeiten: ...17.34 Uhr...im 20-Minuten-Takt...