Sichtbarkeit entsteht nicht durch Werbung allein.

Projekterkenntnisse aus dem FutureMINT-Projekt
Transferforum E „Sichtbarkeit und Marketing“

- **ATTRAKTIVES ANGEBOT**
- **PERSÖNLICHE ANSPRACHE**
- **SICHTBARER AUFTRITT**

= **WIRKUNG**

Sichtbarkeit entsteht nicht durch Werbung allein.

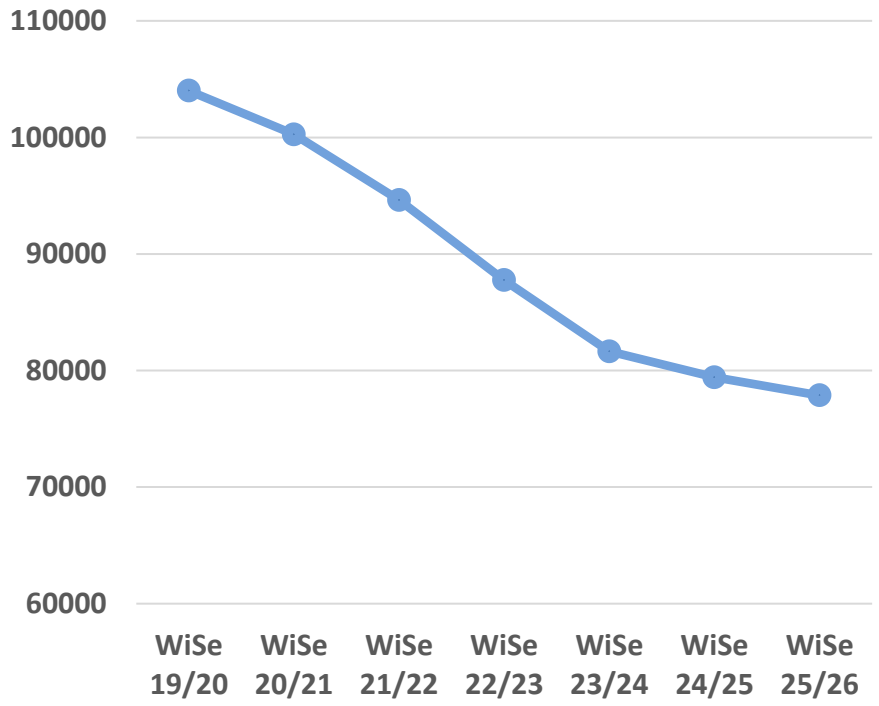
Projekterkenntnisse aus dem FutureMINT-Projekt
Transferforum E „Sichtbarkeit und Marketing“

- **ATTRAKTIVES ANGEBOT**
- **PERSÖNLICHE ANSPRACHE**
- **SICHTBARER AUFTRITT**

= **WIRKUNG**

Ausgangslage

QUELLE: GENESIS-ONLINE DATENBANK DES STATISTISCHEN BUNDESAMTES
(Suchbegriff: 21311-0003)



Zielsetzung

- Steigerung der Studierendenzahlen
- Modernisierung der Studieninhalte
- Internationalisierung
- Erhöhung der Sichtbarkeit
- Wiedererkennbarkeit des Außenauftritts

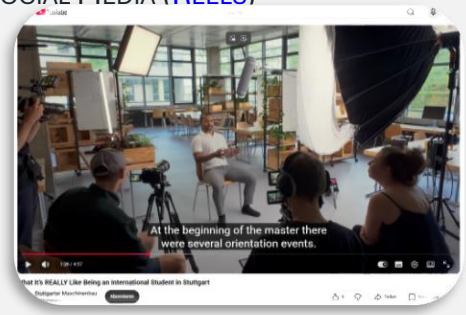
Was wir umgesetzt haben

PROJEKTVERLAUF: **1** CURRICULA MODERNISIERT **2** INTERNATIONALISIERUNG **3** MARKETING

DIGITALER ERSTKONTAKT

Aufmerksamkeit generieren

- WERBEFILME (STUDIENGÄNGE & INTERNATIONALS)
- WEBSEITEN (HOCHSCHULEIGENE / EXTERNE) STUDIENINFORMATIONEN (FLYER & CO.)
- SOCIAL MEDIA (REELS)



PERSÖNLICHER KONTAKT

Interesse Vertiefen und Vertrauen schaffen

- MESSEN
- INFORMATIONSVERANSTALTUNGEN
- STUDIENINFORMATIONSTAGE
- PERSÖNLICHE BERATUNG



WIEDERERKENNUNG

Orientierung und Identifikation schaffen

- WERBEMITTEL
- EINHEITLICHER AUßENAUFTRITT
- EINHEITLICHES BRANDING NOTWENDIG



MAßNAHMEN ZEIGEN IHRE GRÖßTE WIRKUNG IM ZUSAMMENSPIEL !

Unsere Erfahrungen

WAS HAT SICH BEWÄHRT

- Modernisierung der Studiengänge
- Messen & Infoveranstaltungen
- Werbefilme & Webseiten
- Internationalisierung
- Persönlicher Kontakt

EHER GERINGER NUTZEN FÜR STUDIENENTSCHEIDUNG



Streuartikel

Sticker, Kugelschreiber,
Mini-Wasserwagen & Co.

➢ Kombination der Maßnahmen ist entscheidend



VS.



Transfer

DIREKT ÜBERTRAGBAR, ABER NICHT 1:1

- Kombination aus Curriculum und Marketing
- Messen & Infoveranstaltungen
- Werbefilme, Webseiten & Social Media
- Werbemittel
- Englischsprachige Angebote

NOTWENDIGE RAHMENBEDINGUNGEN

- Aktuelle Inhalte
- Einheitliches Branding
- Internationalisierung
- Personelle Ressourcen
- Finanzielle Ressourcen

Kernerkenntnisse für den Transfer

Unsere Empfehlungen für andere MINT-Studiengänge

01	**Curriculum & Marketing**	gemeinsam denken
02	**Digitale Formate**	für den Erstkontakt priorisieren
03	**Persönliche Kontakt**	für Vertiefung und Vertrauen nutzen
04	**Branding**	einheitlich und wiedererkennbar gestalten
05	**Internationalisierung**	als Hebel zur Sichtbarkeit nutzen

ÜBERGANG IN DIE DISKUSSION

BEIBEHALTEN

Was macht diese Ansätze besonders wertvoll für die Zukunft von MINT-Studiengängen?

TRANSFERIEREN

Was braucht es, damit diese Ansätze auch an anderen Hochschulen funktioniert?

NEU DENKEN

Wo braucht es bei MINT-Studiengängen künftig neue Ansätze oder weitere Entwicklungen?