

Marketing und Kommunikation



2

KONZEPT ERSTELLT

Konzept wurde erfolgreich erstellt, verabschiedet und bereits umgesetzt. Eine neue Stelle wurde geschaffen und bereits besetzt.

In dem Handlungsfeld "Marketing & Kommunikation" sind all jene Aufgabenstellungen zusammengefasst, die mit externer Kommunikation, mit werblichen Maßnahmen, Veranstaltungen und Aktionen zu tun haben.

Mai '22: Arbeitsgruppe

Mit der Leitung des Handlungsfeldes "Marketing & Kommunikation" wurden Professorin Dr. Heidi Reichle, Prorektorin für Didaktik, Digitalisierung und Hochschulkommunikation, und Christoph Oldenkotte, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit beauftragt. Da die zu behandelnden Themen fast alle Bereiche der Hochschule betreffen und die beschlossenen Maßnahmen anschließend auch von der Hochschule als ganze getragen werden müssen, stellten Heidi Reichle und Christoph Oldenkotte eine Arbeitsgruppe zusammen, die die verschiedenen Bereiche abdeckt.

Die Fakultäten sind mit je drei Personen vertreten (Lehrende, Studierende, Mitarbeitende). Hinzu kommen Vertreterinnen und Vertreter von Abteilungen, in denen die externe Kommunikation eine wichtige Rolle spielt, wie das International Office, die Personalabteilung oder der Studierendenservice. Die Mitglieder vertreten zum einen ihren Bereich im Arbeitskreis, sind zum anderen aber auch Multiplikatoren in ihr Arbeitsumfeld hinein.

Wenn Sie Anregungen für die AG "Marketing & Kommunikation" haben, geben Sie diese bitte an die Vertreterinnen und Vertreter aus Ihrem Bereich. Die Mitglieder der Arbeitsgruppe finden Sie auf Moodle, wo die Dokumentation des gesamten Hochschulweiterentwicklungsprozesses stattfindet.

Juli '22: Lenkungskreis

Im Juli wurden der Arbeitskreis sowie der geplante Prozess für das Handlungsfeld "Marketing & Kommunikation" im Lenkungskreis vorgestellt. Der Prozess gliedert sich in eine Input-, eine Arbeits- und eine Konzeptionsphase. Ziele sind die Erstellung einer Marketing-Konzeption für die RWU sowie die Klärung der für die Umsetzung verfügbaren Ressourcen.

September '22: Kickoff

Am 21. September kam die Arbeitsgruppe zum Kickoff-Meeting zusammen. Nach dem Input durch einen externen Experten zu dem Thema Online-Marketing wurden der geplante Prozess und das weitere Vorgehen diskutiert.

Dezember '22: Workshop

Am 14. Dezember traf sich der Arbeitskreis zu einem gemeinsamen interaktiven Workshop. Zunächst wurden die Ergebnisse der Inputphase, eine aktuelle Situationsanalyse vorgestellt. Anschließend galt es in Form der SWOT-Analyse die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken in Bezug auf Marketing und Kommunikation (an) der RWU herauszuarbeiten und zu gewichten. Aus diesen Ergebnissen wurden erste Handlungsstrategien abgeleitet (Ausbauen - Aufholen - Absichern - Vermeiden). Die Ergebnisse des Workshops können Sie auf Moodle einsehen.

12. Januar '23: Öffentlicher Workshop

Präsentation einer Zwischenbilanz für die gesamte Hochschulöffentlichkeit.

- Programm:
- Begrüßung, Rektor Professor Dr. Thomas Spägele
- Struktur, Ablauf und Kommunikation der Hochschulweiterentwicklung, Philipp Adler und Dajana Kulik, Agentur rheform
- Vorstellung der einzelnen Handlungsfelder
- Sammlung Ihrer Anmerkungen und Ideen

25. Januar '23: Workshop

Am 25. Januar fand der dritte Workshop der Arbeitsgruppe Marketing und Kommunikation statt. In einem ersten Teil wurden die im Vorfeld erarbeiteten Inhalte zu den Themen „Marketingziele“, „Zielgruppen“, „Kernbotschaft“ und „Marketingstrategie“ vorgestellt und diskutiert. Die entsprechenden Folien zu diesen Punkten sind auf Moodle verfügbar.

Im zweiten Teil wurden dann konkrete Kommunikationsfelder priorisiert und im Rahmen eines World-Cafés konkrete Ideen und Marketingmaßnahmen gesammelt. Dieser Input fließt in den nächsten Workshop zu Beginn des Sommersemesters ein.

28. März '23: Workshop

Am 28. März fand das vorerst letzte Treffen des Arbeitskreises statt. Die Ergebnisse des letzten Workshops wurden präsentiert: Die gesammelten Marketingmaßnahmen wurden den jeweiligen kommunikativen Handlungsfeldern zugeordnet und kategorisiert in ja / vielleicht / nein. Die Maßnahmen wurden ihren zuständigen Bereichen und Abteilungen zugeordnet, außerdem wurden erste Ressourcen- und Budgetvoranschläge gemacht. Ein weiterer Punkt war das Marketing-Controlling, wofür es ein Konzept zu entwickeln gilt. All das wurde zunächst präsentiert und anschließend diskutiert, die Teilnehmenden gaben ihre Meinungen zu Priorisierung der Maßnahmen ab und ergänzten diese noch. Die Folien mit den Ergebnissen und allen Details können Sie im Moodle-Kurs einsehen.

Sommersemester 2023

Das erarbeitete Marketing-Konzept wird im Laufe des Sommersemester 2023 von Frau Reichle und Herrn Oldenkotte in verschiedenen Gremien vorgestellt. Bisher wurde das Konzept im Lenkungskreis, im Sounding Board und im Senat vorgestellt. Am 20. Juni findet die Vorstellung im Hochschulrat statt. Die finale Präsentation können Sie auf Moodle einsehen.