

PRESSEMITTEILUNG

München, Halle, 13. November 2009

Universität Halle schafft optimale Voraussetzungen für nachhaltiges Studierendenmarketing

Durch Inhalte überzeugen: Die aktuelle Kampagne der MLU zur Studierendengewinnung „Ich will Wissen!“ setzt massiv auf den Einsatz neuer Medien für die kontinuierliche Information und Betreuung von Studieninteressierten, Bewerbern und Multiplikatoren. Dafür realisiert die MLU als erste Universität Deutschlands gemeinsam mit dem Portal studieren.de eine XML-Schnittstelle zum Export von Informationen über ihr komplettes Studienangebot.

Die Universität Halle ist attraktiv und hat viel zu bieten – und das soll jeder wissen! Prof. Dr. Wulf Diepenbrock, Rektor der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, hat deshalb das Hochschulmarketing zur Chefsache erklärt und in seinem Rektorat eine eigene Stabsstelle dafür eingerichtet. Torsten Evers, Referent für Hochschulmarketing, und der technische Redakteur Christian Günther kümmern sich seitdem intensiv darum, Studienanfänger aus ganz Deutschland für ein Studium in Halle zu begeistern. Dazu nutzen sie alle Möglichkeiten und Informationskanäle, die das digitale Zeitalter zu bieten hat. „Die dafür erforderliche interne Marketing-Infrastruktur wurde in den vergangenen zwei Jahren systematisch aufgebaut und erfolgreich implementiert“, erklärt Evers.

Im Mittelpunkt der weiteren Arbeit steht nun die konsequente Vernetzung der entwickelten Lösungen insbesondere mit externen Partnern wie studieren.de. „Wir wollen und müssen auch junge Menschen erreichen, die sich zum Beispiel auf Grund unseres Standortes im Osten der Bundesrepublik gar nicht erst über die genauen Studienmöglichkeiten in Halle informieren würden“, betont Evers. „Aus diesem Grund haben Online-Präsentationen unseres Studienangebotes über den Internetauftritt der Universität hinaus einen besonders hohen Stellenwert.“

Es sei erfreulich und zukunftsweisend, wie proaktiv die Universität Halle auf Ihre Zielgruppe zugehe, meint Valentin Peter, Gründer und Vorstand studieren.de: „Die MLU beweist, wie einfach es sein kann, Studieninteressenten dort zu erreichen, wo sie sich bei der Studienorientierung aufhalten“, so Peter. „Wir haben die technischen Voraussetzungen geschaffen, um alle wichtigen Informationen zu ihren Studienangeboten - zentral gesteuert und tagesaktuell - in den wichtigsten Medien zu publizieren.“

Genau diese Mehrwertleistungen schätzt Christian Günther: „In der heutigen Zeit ist es für uns nicht länger akzeptabel, immer wieder gleiche Informationen manuell in verschiedenste Datenbanken einspeisen zu müssen. Wir werden daher in Zukunft Unternehmen bevorzugen, die einen automatisierten Datenimport und attraktive, d.h. zielgruppengerechte Mehrwertleistungen bieten. So können wir auch zukünftig unsere Ressourcen bei der individuellen Betreuung von Studieninteressierten und Studenten sinnvoll einsetzen.“

„Bei studieren.de haben wir mit der Idee eines automatischen Datenimports offene Türen eingerrannt“, freuen sich die beiden engagierten Hochschulmitarbeiter. „Wir haben einen Partner gefunden, der ebenso wie die MLU auf Service-Orientierung und Profilierung durch innovative Angebote setzt und können nun gemeinsam mit studieren.de zeigen, dass dieses Verfahren – sicher auch anderen Universitäten und Hochschulen – ohne Zeitaufwand helfen kann, Studieninteressierte optimal zu informieren.“

Marion Völker
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
voelker@studieren.de
Tel. +49 89 552 790 515
Fax +49 89 552 790 550

Torsten Evers
Referent Hochschulmarketing
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Torsten.Evers@rektorat.uni-halle.de
Tel. +49 345 55 213 17
Fax +49 345 55 277 75