

Ergebnisprotokoll

über die 362. Sitzung des Senats der Universität Siegen am 18. Mai 2016.

Teilnehmer: siehe anliegende Anwesenheitsliste

Außerdem anwesend:

Beginn: 14:00 Uhr

Ende: 17:10 Uhr

Tagungsort: Senatssaal

Protokoll: Fr. Mayer

Herr Burckhart eröffnet die Sitzung und stellt fest, dass die Einladung ordnungsgemäß er-
gangen und die Beschlussfähigkeit gegeben ist.

Die Tagesordnung des öffentlichen Teils wird wie folgt festgelegt:

II. Öffentlicher Teil

- TOP 1 – Genehmigung des öffentlichen Teils des Protokolls der 361. Sitzung am 20. April 2016
- TOP 2 – Aussprache zu dem schriftlichen Bericht des Rektorats
- TOP 3 – Bericht aus dem Hochschulrat
- TOP 4 – Bericht aus dem AStA
- TOP 5 – Wahlen:
 - a) Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis
hier: Nachwahl eines stellvertretenden Mitgliedes des Ombudsgremiums
 - b) Wahl eines studentischen Vertreters für den Vorstand des Studienförderfonds Siegen e.V.
 - c) Wahl der Mitglieder der Kommission zur Qualitätsverbesserung in Lehre und Studium
- TOP 6 – Universitätsbibliothek auf zu neuen Ufern
- TOP 7 – Markenstrategie für die Universität Siegen
- TOP 8 – Verschiedenes

TOP 1 – Genehmigung des öffentlichen Teils des Protokolls der 361. Sitzung am 20. April 2016

Frau Op den Camp berichtet über den vor der Sitzung eingegangenen Änderungswunsch von Herrn Schaefer, den Bericht des Kanzlers (TOP 2, Seite 4, Absatz 4, Sätze 2 bis 4) wie folgt zu ändern:

"Auf Nachfrage von Herrn Christ informiert der Vorsitzende des Personalrates für das wissenschaftliche und künstlerische Personal der Universität Siegen, dass durch das novellierte WissZeitVertrG (hier: § 6) die Beschäftigung als WHB (wiss. Hilfskraft mit BA-Abschluss) eröffnet sei, da diese Beschäftigungszeit nicht mehr auf die Promotionsfrist angerechnet werde. Herr Burckhart verweist darauf, dass dies die vorzugswürdige Option sei."

Herr Naumann bittet um Ergänzung bei TOP 7, Absatz 2 um „[den aktuellen Stand] der Arbeit des Gremiums“.

Weiterhin weist er bei TOP 9 auf einen Rechtschreibfehler hin und bittet um Korrektur von „Emeriti“ in „Emeritus“ und bei TOP 10, Absatz 2, sollen die Worte „als Akronym“ und „semantischen“ ergänzt werden.

Der Senat stimmt dem Protokoll mit diesen Änderungen zu.

TOP 2 – Aussprache zu dem schriftlichen Bericht des Rektorats

Bericht von Herrn Mannel

Herr Bielefeld regt eine Diskussion zur Experimentierklausel im Senat an. Herr Mannel sagt zu, dass die Thematik in einer der nächsten Sitzungen als Tagesordnungspunkt behandelt werden solle.

Von Seiten des wissenschaftlichen Personalrates wird um frühzeitige Einbindung bei der Planung der Einführung eines Bankenmodells für die Fakultäten und Lehrstühle gebeten. Weiterhin wird angeregt, die zentralen wissenschaftlichen Einrichtungen in das Qualitätsmanagement im Bereich „Service“ einzubinden.

Bericht von Frau Schramm-Klein

Im Hinblick auf das HRK-Audit „Internationalisierung der Hochschulen“, über das in der letzten Sitzung berichtet wurde, hält Frau Schwantag die Aufnahme der Probleme des wissenschaftlichen Mittelbaus bei internationaler Mobilität für sinnvoll. Frau Schramm-Klein berichtet, dass dies bereits diskutiert wurde.

Bericht des Kanzlers

Auf Nachfrage von Frau Schwantag berichtet der Kanzler, dass er dem wissenschaftlichen Personalrat eine Erläuterung zu den Veränderungen bei den Beamtenstellen A13-15 im Haushaltsplan 2016 nachreichen werde.

Herr Naumann weist im Hinblick auf den Wegfall von 7 W2-Stellen aber dem Zugang von nur 2 W3-Stellen auf den gestiegenen Betreuungsaufwand und auf das Missverhältnis zwischen der Anzahl von Studierenden und der Anzahl der Hochschullehrerinnen und -lehrer hin. Der Rektor klärt auf, dass dies an der unzureichenden Grundfinanzierung der Hochschulen in Nordrhein-Westfalen liege. Die Universität Siegen stehe hinsichtlich der Betreuungsrelation sogar an 2. Stelle im Land, allerdings sei das Land Nordrhein-Westfalen im Vergleich der Bundesländer auf dem letzten Platz.

Bericht der Gleichstellungsbeauftragten

Auf Nachfrage berichtet Frau Heinrich, dass die Universität selbst entschieden habe, die fächergruppenspezifische Gleichstellungsquote an den Departments zu orientieren.

Angesprochen auf die nicht vorhandene Vertretung der Fakultät III im Mentoring-Programm FraMeS berichtet Frau Heinrich, dass es in diesem Jahr, anders wie in den letzten Jahren, keine Bewerbung aus der Fakultät III gegeben habe.

Weiterhin berichtet Frau Heinrich auf Nachfrage, dass die hauptamtliche Gleichstellungsbeauftragte für ihr Amt von der ursprünglichen Tätigkeit freigestellt würde, bei den Stellvertreterinnen sei dies im Einzelfall zu diskutieren.

Bericht des Rektors

Herr Naumann habe im Bericht Informationen zum Fortgang der Planungen mit der Stadt vermisst. In der Senatssitzung vor 4 Wochen habe der Rektor informiert, dass er an der Stadtratssitzung teilnehme. Am nächsten Tag sei bereits ein Bericht über die vom Rektor vorgestellten konkreten Planungen von der Fakultät IV mit Science Campus am AR und der anderen drei Fakultäten in der Stadt in der Siegener Zeitung zu lesen gewesen, ohne dass der Senat hierzu informiert worden sei.

Der Kanzler erläutert, dass über das positive Signal für die Verlagerung von Teilen der Universität in die Stadt in der letzten Senatssitzung berichtet worden sei. Erst am 9. Juni 2016 gebe es einen Folgetermin mit dem Minister und dem BLB, um die zu erfüllenden Voraussetzungen für den BLB zu besprechen. Der Rektor ergänzt hierzu, dass es noch immer die in der letzten Sitzung angesprochenen 3 Varianten (Sanierung / Sanierung und Ausbau / teilweise Verlagerung in Stadt) gebe. Für eine Verlagerung von Teilen der Universität müsse es auch entsprechende Infrastruktur geben. Das hohe Aufkommen an Studierenden müsse von der Stadt bewältigt werden können. In diese Diskussion werde nun für das nächste halbe Jahr eingestiegen. Im September wolle er auf dem Siegener Stadtfest mit den Bürgern diskutieren. Abschließend müsse der Landtag der Planung zustimmen.

Der Rektor betont abschließend, dass es hier um eine Weichenstellung für die Zukunft gehe und erst nach dem Gespräch im Juni bekannt sei, ob eine Verlagerung von Fakultäten in die Stadt verfolgungswürdig sei.

Zu dem Hinweis, dass die Berichterstattung in der Siegener Zeitung zu einer Erhöhung der Mieten für den studentischen Wohnraum führen könne, erklärt der Rektor, dass die Universität die Erweiterung des studentischen Wohnraumes weiter verfolge.

Auf Nachfrage von Frau Schwantag, ob die Planung einer „Billigprofessur“, dem sog. Lecturer, bereits bekannt sei, erläutert Herr Burckhart, dass es sich hierbei um die alte Studienprofessur handele. Die Diskussion darüber und die damit verbundene „2-Klassen-Gesellschaft“ bei den Professuren werde seit einigen Jahren geführt.

Der Rektor erklärt auf Nachfrage, dass er davon ausgehe, dass man in der Zukunft des Öffentlichen Zusammenführungen von Universitäten und Fachhochschulen, gerade in Bundesländern mit strukturellen Problemen, erwarten könne. Die Hochschullandschaft in Nordrhein-Westfalen werde aber konstant bleiben, so der Rektor.

Zudem bittet der Rektor den Senat um Rat. Er erklärt, dass er die Ziel- und Leistungsvereinbarungen im Rahmen von Berufungen differenzierter gestalten möchte. Bislang gebe es nur das Standardformat mit Ziel- und Leistungsvereinbarung meist mit Bezug zur Einwerbung von Drittmitteln. Hierbei verhandele der Rektor innerhalb des Berufungsverfahrens das Gehalt und die Ziel- und Leistungsvereinbarungen mit dem Betroffenen und nach 3 bzw. 6 Jahren gebe es ein Gespräch über die Zielerreichung mit der Möglichkeit der Verstetigung einer Zulage. Hiervon abweichend halte er auch die Variante für möglich, dass zunächst eine Zulage gezahlt werde und nach den ersten Jahren ein Selbstbericht angefertigt werde, auf dessen Grundlage dann bewertet würde, ob die Zulage unbefristet gewährt werde. Dieses Angebot sei ein Ausdruck des Vertrauens in die jeweilige Kollegin oder den jeweiligen Kollegen, besonders für die neuen Kollegen.

Der Rektor bittet um Beratung und Feedback (Kritik – Lob – mögliche Verbesserungen) aus dem Senat. Das Ergebnis werde er anschließend im Senat diskutieren.

Bericht von Herrn Haring Bolívar

Auf Nachfrage berichtet Herr Haring Bolívar, dass die Universität Siegen beabsichtige, sich mit zwei Projekten an dem NRW Forschungsinfrastrukturen-Programm zu beteiligen.

Weiterhin berichtet Herr Haring Bolívar, dass etwa ein Viertel der eingegangenen Stipendienanträge für das HYT Young Academy von Personen außerhalb der Universität Siegen gestellt worden seien. Da auch bei diesen Bewerbungen Stellungnahmen von Siegener Professoren erforderlich seien, habe er die Bitte, dass entsprechende Anfragen angenommen werden und sodann eine Stellungnahme nach Schriftlage angefertigt werde.

Herr Christ regt an, die Rückfragen zukünftig gebündelt zu den jeweiligen Berichten zu stellen.

TOP 3 – Bericht aus dem Hochschulrat

Herr Deiseroth berichtet, dass die nächste Sitzung des Hochschulrates am 31. Mai stattfinden werde.

TOP 4 – Bericht aus dem AStA

Herr Szau informiert darüber, dass die Wahlen zum Studierendenparlament und den Fachschaftsräten im Zeitraum vom 6.-10. Juni 2016 stattfinden.

Weiterhin berichtet er, dass mit den studentischen Organisationen und Fachschaftsräten, die von der Sanierung betroffene Räume belegen, bereits Gespräche geführt würden.

Bei der Veranstaltung mit Raúl Krauthausen habe man u.a. die Barrierefreiheit am Campus US thematisiert.

Die Nichtweiterführung der Professur für Politikdidaktik ab Herbst werde vom AStA kritisiert.

TOP 5a – Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis
hier: Wahl eines stellvertretenden Mitgliedes des Ombudsgremiums

Herr Professor Chuanzeng Zhang wird mit 20 Ja-Stimmen und 2 Enthaltungen in geheimer Wahl zum stellvertretenden Mitglied der Fakultät IV gewählt.

TOP 5b – Wahl eines studentischen Vertreters für den Vorstand des Studienförderfonds Siegen e.V.

Herr Mark Szau wird mit 3 Ja-Stimmen und einer Enthaltung in geheimer Wahl zum studentischen Vertreter für den Vorstand des Studienförderfonds Siegen e.V. gewählt.

TOP 5c – Wahl der Mitglieder der Kommission zur Qualitätsverbesserung in Lehre und Studium

Der Senat wählt nach Gruppen getrennt in geheimer Wahl folgende Mitglieder:

Gruppe der Studierenden

Frau Daria Linke, Fak. III
Frau Sarah Schneider, Fak. II –Soziale Arbeit
Frau Lisa Schüßler, Fak. III
Herr Riyad Sölo, Fak. IV
Frau Anna Lina Vandré, Fak. IV

Gruppe der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer

Frau Alexandra Nonnenmacher, Fak. II
Herr Arndt Werner, Fak. III

Gruppe der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Frau Carolin Baumann, Fak. I

Gruppe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Technik und Verwaltung

Herr Anna-Maria Weber, Fak. I

TOP 6 – Universitätsbibliothek auf zu neuen Ufern

Der Rektor begrüßt Herrn Johannsen, den neuen Leiter der Universitätsbibliothek, der die Organisation, die Struktur und die Planungen der Universitätsbibliothek anhand einer Präsentation (vgl. Anlage 1) vorstellt.

In der anschließenden Diskussion wird insbesondere die Konzeption der Universitätsbibliothek am Campus AR nach der Sanierung thematisiert. Herr Johannsen erläutert, dass ein modulares Konzept denkbar sei, jedoch mit den Planern besprochen werden müsse. Insgesamt seien die Planungen auch abhängig von der Weiterentwicklung der Universität.

Aus dem Senat heraus wird die geplante Schaffung von Lern- und Lebensorten in der Universitätsbibliothek begrüßt. Wichtig sei jedoch auch, dass man flexibel bleiben müsse im Hinblick auf andere Entwicklungen in der Struktur der Universität.

Auf Nachfrage nach einer medienwissenschaftlichen Teilbibliothek und einer Promovierendenlounge entgegnet Herr Johannsen, dass er dies wegen der erforderlichen Größe für wenig sinnvoll halte, zumal sich in unmittelbarer Nähe am Campus US eine weitere Teilbibliothek befinden werde. Ein Service für die Promovierenden sei angedacht.

TOP 7 – Markenstrategie für die Universität Siegen

Frau Schramm-Klein stellt anhand einer Präsentation (vgl. Anlage 2) die Markenstrategie für die Universität Siegen vor.

Zu Beginn der Präsentation weist Frau Schramm-Klein darauf hin, dass Grundlage die Befragung unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und den Studierenden sei.

Interessant sei, dass die Ergebnisse auf Seiten der Studierenden deutlich besser ausgefallen seien als auf Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Universität werde also von den Studierenden positiver wahrgenommen und die Studierenden seien auch insgesamt deutlich zufriedener als die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ziel sei es, ein stärkeres „Wir-Gefühl“ zu schaffen und Werte zu finden, die gemeinsam vertreten werden und so zu einer stärkeren Bindung an die Universität führen können.

Laut der Befragung punkte die Universität bei den Begriffen „bodenständig“, „ehrlich“, „unverfälscht“, „menschlich“, „zuverlässig“, „sympathisch“, „erfolgreich“ und „zukunftsorientiert“. Die Leitidee der Universität „Zukunft menschlich gestalten“ sei mit diesen Werten nicht nur sehr gut vereinbar, sondern stellt darüberhinaus auch die Basis der Werte als Kern dar. Insgesamt habe man beschlossen, mit den Werten „sympathisch“, „ehrlich“, „zuverlässig“ und „bodenständig“ die Botschaften „Wertschätzung“, „Teilhabe“, „Verlässlichkeit“, „Vertrauen“, „Transparenz“ und „Authentizität“ transportieren und für die Universität nutzen zu wollen. Schließlich solle ein „Toolset“ aufgebaut werden, aus dem, abhängig von Ziel und Zielgruppe, das geeignete Instrument zur Vermittlung der angestrebten Botschaft ausgewählt werde. Zur Sicherstellung der Abstimmung der Marketingmaßnahmen solle die Stabsstelle Kommunikation und Marketing unterstützen. Konkret seien folgende weiteren Schritte geplant:

- Bekenntnis zur Homepage
- Grundlegende Überarbeitung des Corporate Designs
- Umsetzung der Prozesse
- Erstellung von Leitfäden als Grundlage
- Konkrete operative Aktivitäten zur Unterstützung
- Überarbeitung des Printportfolios.

In der sich anschließenden Diskussion wird von Herrn Goldschmitt angeregt, auch das dynamische Element einzubeziehen.

Frau Klass befürchtet dass die herausgearbeiteten Eigenschaften überwiegend Studierende aus der Region ansprechen. Aus ihrer Erfahrung heraus sei es schwierig, die Studierenden dazu zu motivieren, ins Ausland zu gehen. Hier fehle es den Studierenden oft an den Eigenschaften „phantasievoll“, „innovativ“ und „wagemutig“.

Herr Schirmer berichtet, dass Studierende auch wegen der fehlenden Attraktivität der Kooperationsuniversitäten nicht ins Ausland gehen würden. Der Rektor erklärt hierzu, dass richtigerweise verlässliche Strukturen hinter einem Studierendenaustausch stehen müssten.

Frau Gimbel regt an, die Identifikation der Hochschulmitglieder mit dem Lebensraum Universität in den Blick zu nehmen. Herr Johannsen erklärt, dass man im Bereich der Universitätsbibliothek durch Service und räumliche Attraktivität eine Basis für die Identifikation mit der Universität schaffen wolle.

TOP 8 – Verschiedenes

Herr Burckhart berichtet, dass die Sitzung des Senats im August ausfallen würde. Es besteht

Einigkeit darüber, dass die Sitzung im Monat Juli stattfinden soll.

gez.

(Rektor)

gez.

(Protokollführerin)

Anwesenheitsliste:

Stimmberechtigte:

Aßmann, Jens (als Vertreter für Stoffels, Gero)
Bielefeld, Universitätsprof. Dr. Bert
Cankurtaran, Zafer
Christ, Universitätsprof. Dr.-Ing. Hans-Jürgen
Durissini, Marco
Gebauer, Dieter
Gimbel, Katharina
Henrich-Franke, Dr. Christian
Herling, Dr. Sandra
Kiel, Andreas
Klass, Universitätsprof.'in Dr. Nadine
Kraft, Josef
Ludwig-Mayerhofer, Universitätsprof. Dr. Wolfgang (als Vertreter für Abendroth-Timmer, Uni-
versitätsprof.'in Dr. Dagmar)
Müller, Susanne
Naumann, Universitätsprof. Dr. Thomas
Schirmer, Robin
Schmitt, Susanne
Schneider, Sonja (als Vertreterin für Sziburies, Frank)
Szau, Mark
Werthebach, Andreas
Wiedemann, Universitätsprof. Dr. Arnd
Wienkamp, Thomas

Nichtstimmberichtigte:

Burckhart, Universitätsprof. Dr. Holger
Richter, Ulf
Bongardt, Universitätsprof. Dr. Michael
Haring Bolívar, Universitätsprof. Dr. Peter
Mannel, Universitätsprof. Dr. Thomas
Schramm-Klein, Universitätsprof.'in Dr. Hanna
Wagner, Dr. Ute
Schröteler-von Brandt, Universitätsprof.'in Dr. Hildegard
Heinrich, Dr. Elisabeth
Vorsitz AStA
Personalrat nichtwiss. Personal
Personalrat wiss. Personal
Burbach, Marvin
Deiseroth, Universitätsprof. Dr. Hans-Jörg
Goldschmidt, Universitätsprof. Dr. Nils
Johannsen, Dr. Jochen
Körper, Dr. Iris
Roller, Universitätsprof.'in Dr.-Ing. Sabine

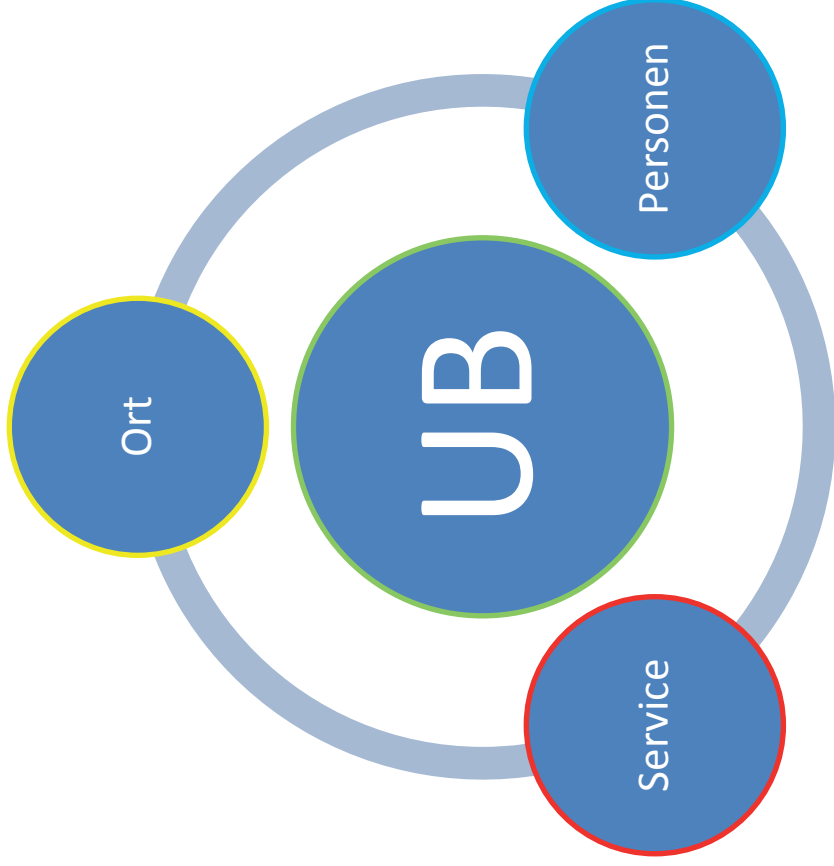
Gäste:

Op den Camp, Jutta
Mayer, Katrin

Zyzik, Alexandra
Zeppenfeld, André
Faller, Dr. Sven
Düngen, Andreas
Scharzer, Benjamin
Geck, Sarah

Universitätsbibliothek auf zu neuen Ufern

362. Senatssitzung
am 18. Mai 2016

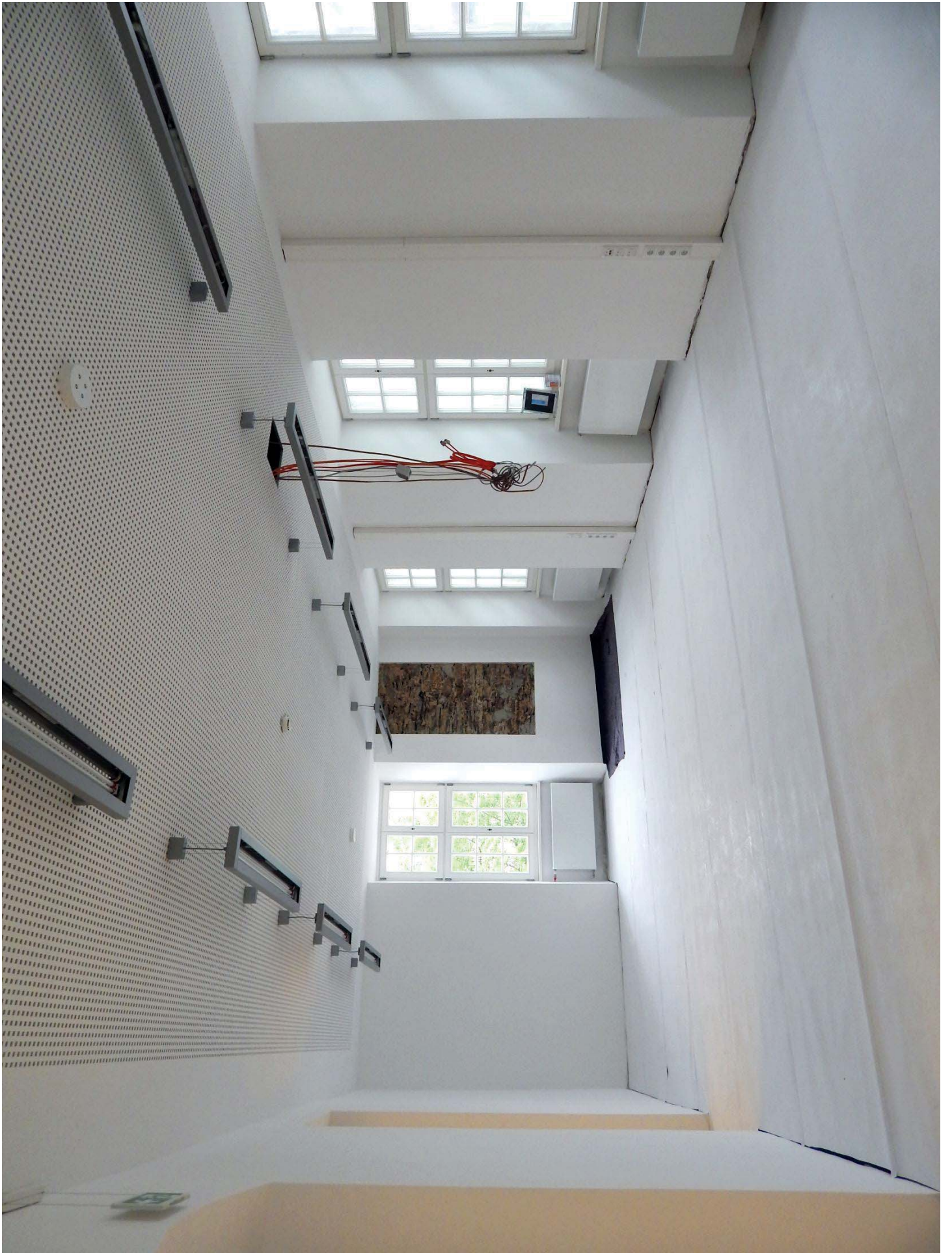


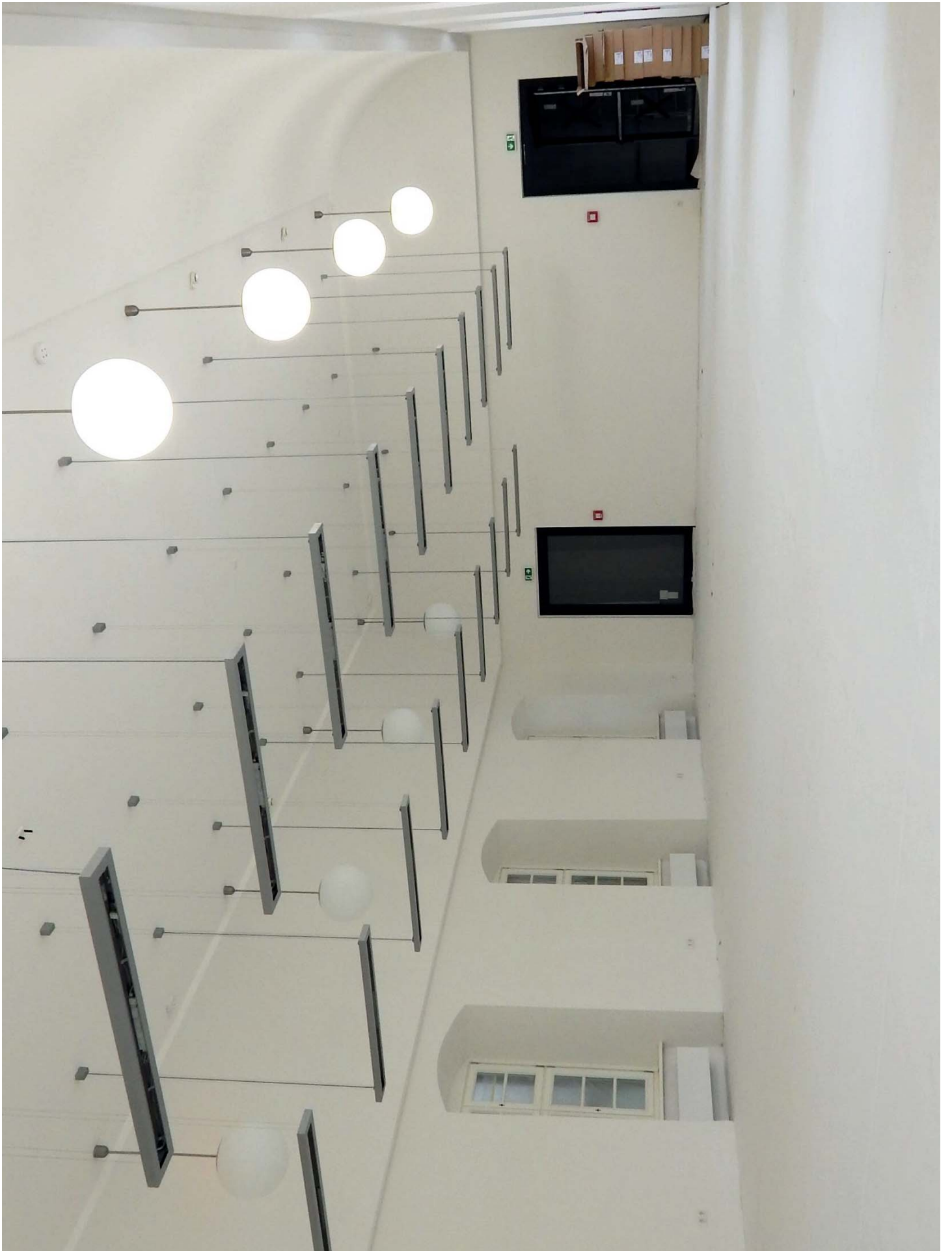
1. Die UB als Ort

- Neue Teilbibliothek Unteres Schloss
- Sanierung 2017-2019
- Interim 2017-2019



Teilbibliothek Unterer Schloss





- Bibliothek für Fakultät III
- Umzug TB-H → TB-US ≈ 100.000 Bde.
- Regale für ≈ 3600 Meter
- 165 Benutzerarbeitsplätze

Was ist das Neue?

- RFID-Technologie
 - selbständige Buchausleihe und –rückgabe
 - elektronische Schließfachanlage
- attraktive Lounge
- flexible Möblierung
- „Outdoorlesesaal“
- Innenstadtbibliothek

Was sind die Chancen?

- ✓ moderner Lern- und Arbeitsort
- ✓ hohe Aufenthaltsqualität
- ✓ moderne Technologie - neue Servicekonzepte
- ✓ Öffnung zur Stadt (Ausstellungen, Veranstaltungen, ...)
- ✓ **Generalprobe für die UB „Post-HKOP“!**

Wie ist der Zeitplan?

- Beginn des RFID-Zeitalters in der UB: **heute**
- Übergabe Wittgensteiner Flügel im Juni 2016
- Umzug der Bestände geplant 18.-26. Juli 2016
 - **Schließung TB-H!**
- Öffnung TB-US geplant für 1. August 2016
 - **Probebetrieb!**

HKOP: Sanierung UB 2017-2019

- Auszug aus AR-UB
 - 03/2017
 - ca. 635.000 Bde.
 - 605 Benutzerarbeitsplätze
 - 75 Mitarbeiter*innen
 - gesamte Infrastruktur
- Rückzug Ende 2019 / Anfang 2020

Interim 2017-2019

- Interim-Zentrale UB-H (H-C4/C5)
 - ca. 150.000 Bde.
 - AP: 200 innerhalb Bib. (außerhalb = ?)
 - Büroräume verteilt in H-A bis D
- Interim-Außenstelle Weidenau (*in Planung*)
 - ca. 530.000 Bde.
 - AP: ?
 - Büroräume

Interim 2017-2019 (II)

- „Erweiterung“ AR-D
 - ca. 250.000 Bde. / AP < 20
- Teilbibliotheken
 - Emmy Noether Campus
 - Paul Bonatz Straße
 - Campus Unteres Schloss

Interim 2017-2019 (III)

- 6 Standorte (aktuell: 4)
- Auseinanderreißen von Beständen
- direkte Zugänglichkeit soll möglichst erhalten bleiben, Einschränkung ist aber möglich
- Transportdienste (erhöhte Aufwände!)
- weniger buchnahe Arbeitsplätze
- mehr E-Books, erweiterte digitale Services

... auf zu neuen Ufern

- „Vision UB 2020“
 - Lern- und Arbeitsort mit hoher Aufenthaltsqualität
 - UB als ikonischer Ort und positiver Standortfaktor
 - flexibles Möblierungs- und Raumkonzept
 - ausdifferenziertes Raumangebot
 - ...
- UB bringt sich auf dieser Grundlage aktiv in HKOP-Planungen ein

Zukunftsfrage Lernortentwicklung

- Wie sieht das studentische Arbeiten und Lernen in Zukunft aus?
 - Was bringt dies für räumliche, technische und infrastrukturelle Anforderungen mit sich?
 - Was bedeutet dies für uns in Siegen?
- gemeinsame Fragestellung von UB und ZIMT

2. Services – einige Stichworte

- Discovery Service
- Forschungsdatenmanagement
- Open Access
- Universitätsverlag

I. Discovery Service

Universitätsbibliothek → Recherchieren → Katalog


Katalog Primo Central

Suchbegriff Alle Felder ▾

Sucheinstiege


Katalog

ca. 1,6 Millionen Titel im Angebot der UB,
z.B. Bücher, Zeitschriften, eBooks,
eJournals, CDs und DVDs



Primo Central

ca. 280 Millionen Datensätze aus
bibliographischen Datenbanken und
Volltextdatenbanken, die i.d.R. nicht im
Katalog nachgewiesen sind, z.B.
Zeitschriftenaufsätze, eBooks und weitere
wissenschaftliche Materialien



Katalog Primo Central


markenstrategie



Alle Felder ▾



Q Suchen

1 – 25 von 43 >

Relevanz ▾

 **Markenbrand : die Strategiequelle ; Zeitschrift für Markenstrategie [Elektronische Ressource]**
2012 -
[Direkt zur Online-Ressource](#)
A Gegebenenfalls nur via VPN erreichbar

 **Strategisches Marken-Management für Banken : Branding - der Erfolgsfaktor im Retailgeschäft**
CONSART Management Consultants - 1. Aufl. - 2001
 Signatur: QBK8696

 **Marketing : Lehr- und Handbuch**
Pepels, Werner - 3., völlig überarb. Aufl. - 2000
 Signatur: QBH7386(3)

Katalog **Primo Central**

markenstrategie

Alle Felder ▾

Q Suchen

1 - 25 von 26 >

Relevanz ▾

Ist es Zeit für eine Markenstrategie?
Harvard-Business-Manager : das Wissen der Besten, 2011, Vol.33(8), pp. 86-90
 Bertini, Marco
 ☑ Direkt zur Online-Ressource (kein Volltext verfügbar)
 ⚠ Gegebenenfalls nur via VPN erreichbar

Markenstrategie und internationaler Markenschutz
Jahrbuch accounting, taxation & law (ATL) ... : aktuelle Fragestellungen aus Bilanz-, Steuer- und Wirtschaftsrecht für mittelständische Unternehmen, 2010, pp. 315-334
 Dreyer, Axel
 ☑ Direkt zur Online-Ressource (kein Volltext verfügbar)
 ⚠ Gegebenenfalls nur via VPN erreichbar

Markenaufstellung der schnelle Weg zur perfekten Markenstrategie
 Cremer, Ulrich - 2013
 ☑ Direkt zur Online-Ressource (kein Volltext verfügbar)
 ⚠ Gegebenenfalls nur via VPN erreichbar

II. Forschungsdatenmanagement

- Kooperation Düsseldorf – Siegen - Wuppertal
 - Digitale Langzeitarchivierung und Management von Forschungsdaten
 - Fernziel: vollständiges FDM-System
 - Nahziel: Forschungsdatenarchivierung „LZA-lite“
 - Kooperation aller drei UBen / ZIM(T)e
 - Ressourcenbündelung lokal und regional

Forschungsdatenmanagement (II)

- Kooperation UB / ZIMT als Dienstleister
 - Policy-Entwicklung
 - nahtloses Service- und Informationskonzept
 - Bündelung von Kompetenz
 - regionale und nationale Vernetzung

✓ Es geht nur zusammen!

III. Open Access



- „Grüner Weg“: Zweitveröffentlichung in Repositorien
 - ✓ OPUS Siegen
- „Goldener Weg“: Erstveröffentlichung in OA-Zeitschriften und Verlagen
 - ✓ SCOAP³
 - ✓ RSC-Voucher
 - ✓ universi

Desiderata



- OA-Leitlinien Universität Siegen
 - Entwurf der UB von 07/2015 revitalisieren
- Aufbau DFG-Publikationsfonds
- OA-Publikationsberatung
- **Schwerpunktthema UB**
- **Vorbereitung Rektoratsvorlage**

IV. universi als Teil der UB



- Profilschärfung (für beide!)
- Synergien Opus / universi
- Print-On-Demand Open Access
- wichtiger Bestandteil von
 - Open Access Strategie
 - Publikationsservices

3. Personal

- hoher Veränderungsdruck
 - bauliche Entwicklung
 - veränderte Tätigkeiten
 - Wandel des Berufsbildes
 - notwendig ist
 - Personalentwicklung
 - weiterer Kompetenzaufbau
 - achtsame Gestaltung des Wandels
- ✓ hohe Motivation und viel Kompetenz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

johannsen@ub.uni-siegen.de

Hochschulmarketing & Hochschulmarketinginstrumente

- Zielgerichtete Werbung an Hochschulen wird häufig als Hochschulmarketing bezeichnet (Gröne 2015). Dem gesamten Umfang des Begriffs Hochschulmarketing wird diese Definition aber nicht gerecht.

Universitätsmarketing ≠ Werbung

Universitätsmarketing ≠ Public Relations

Hochschulen müssen ganzheitliche Marketingkonzepte entwickeln, konsequent vom Markt und den Zielgruppen her denken und auch die übrigen Instrumentalbereiche des Marketing berücksichtigen.“

(Müller-Böling 2007)

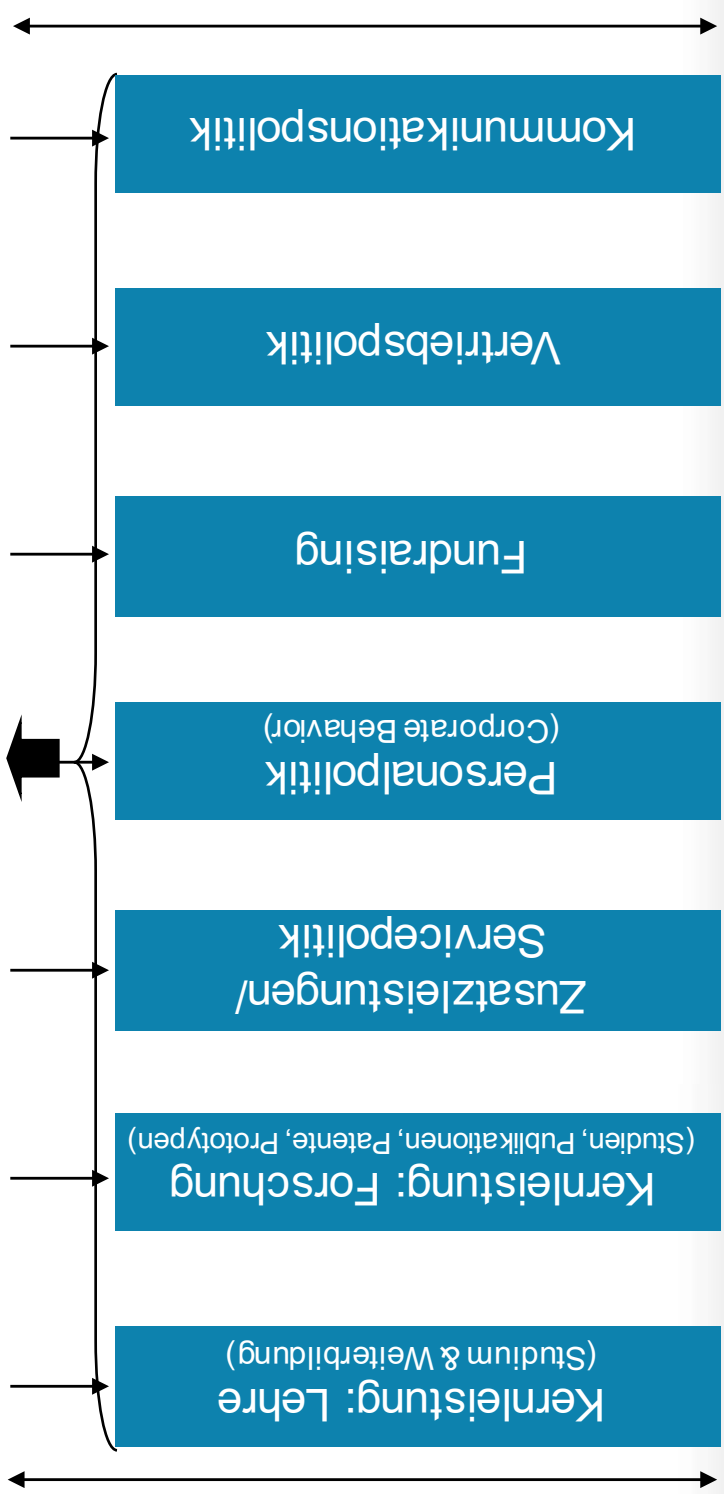
Festlegung des Hochschulmarketing-Mix



Strategische Profilierung „Universität Siegen“

Marken-
bild

Hochschul-
marketing-
instrumente



Mitarbeiter: Soziodemographika

Probandenanzahl

- n = 502

Geschlecht der Probanden

- Weiblich = 174 (34,7%)
- Männlich = 209 (41,6%)
- Keine Angabe = 119 (23,7%)

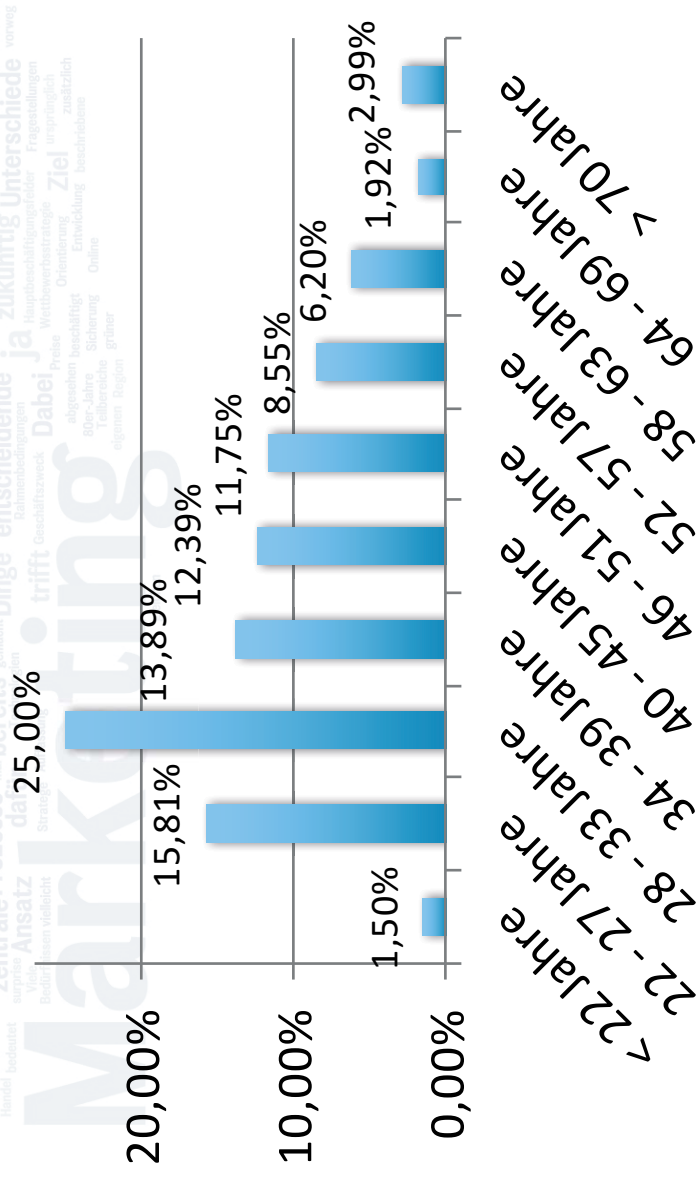
Zugehörigkeit

- Nichtwiss. Personal = 202
- Wiss. Personal = 221
- Professoren/-innen = 65

Kommen Sie aus der Region Siegen-Wittgenstein?

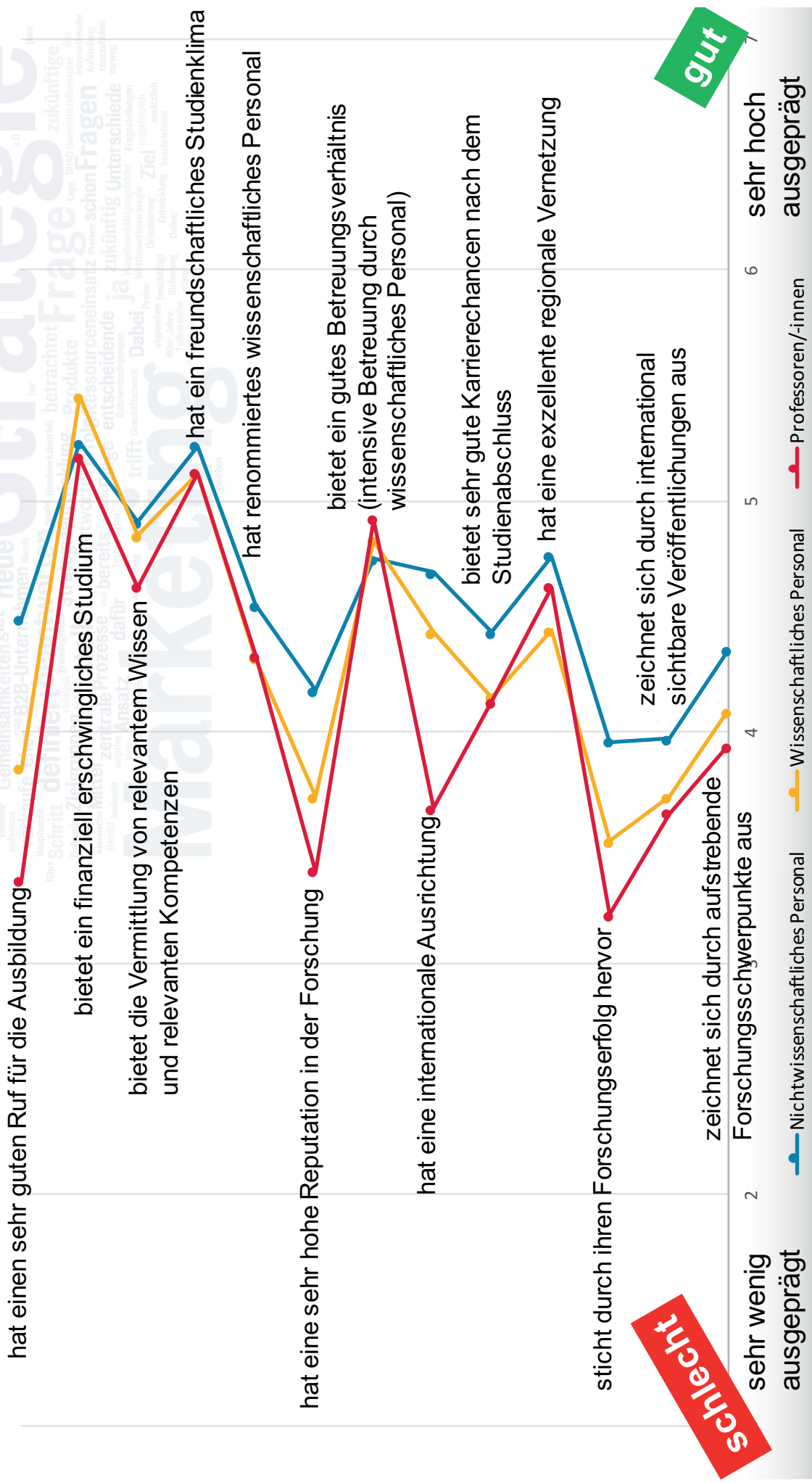
- 42,2 % kommen aus der Region
- 55,0 % antworteten Nein
- 2,8 % ohne Angabe

Struktur der Altersangaben:

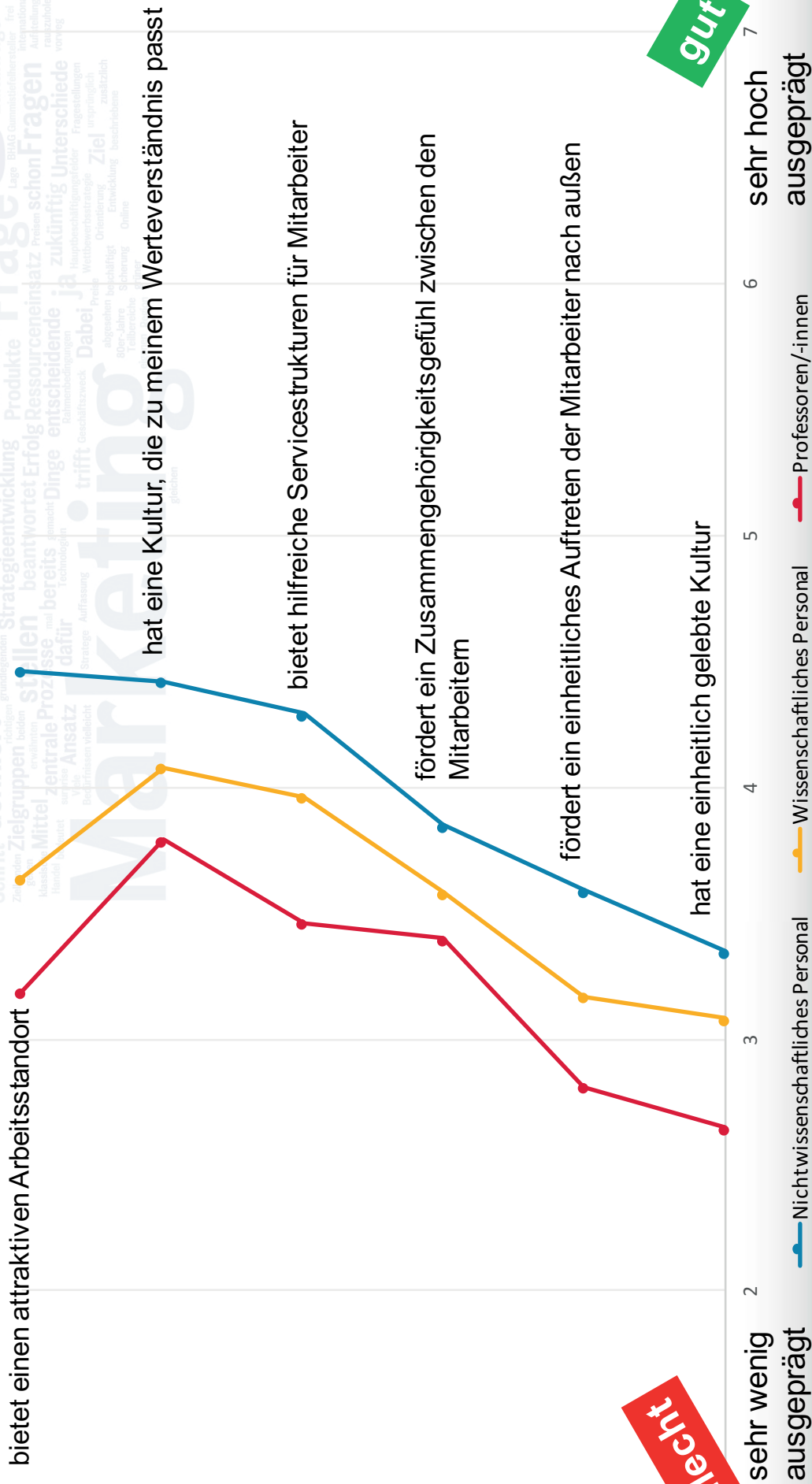


- Relative Häufigkeit der Altersspanne

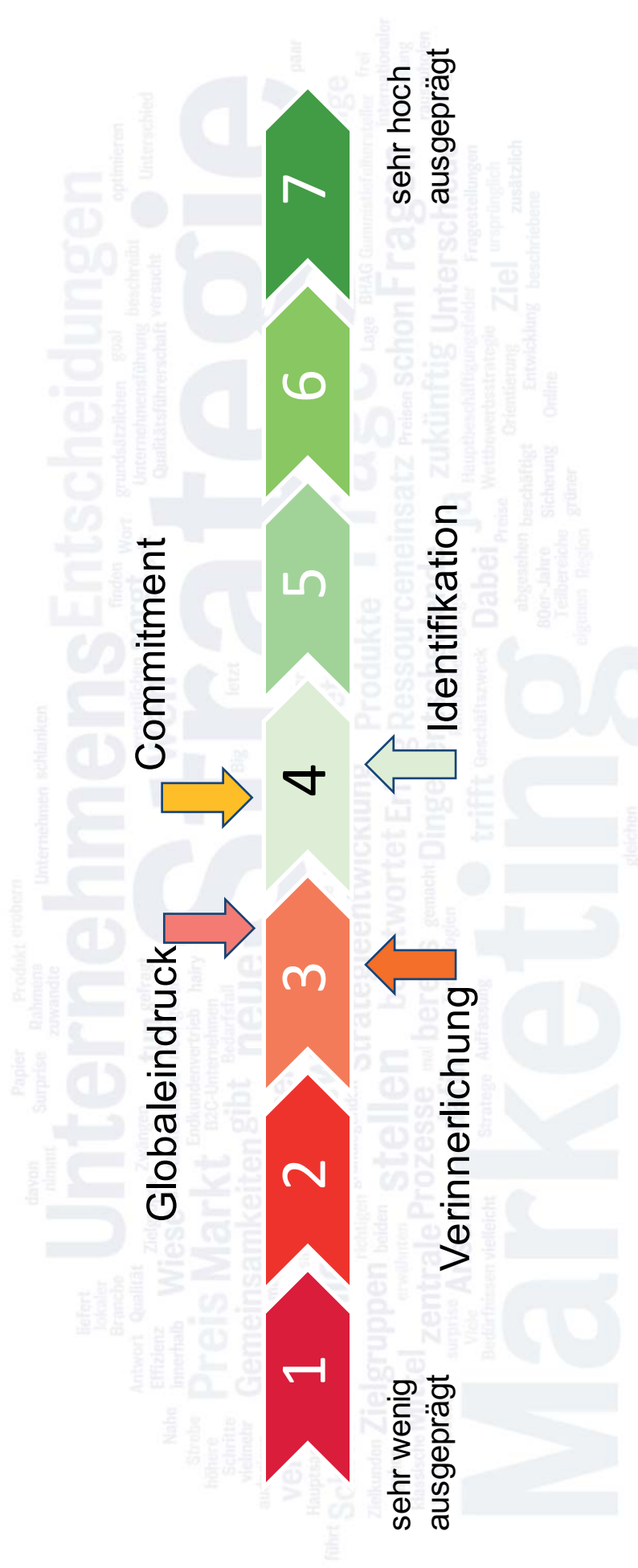
So sehen die MitarbeiterInnen unsere Universität



So sehen die MitarbeiterInnen unsere Universität



Einstellung der MitarbeiterInnen zu unserer Universität



Studierende: Soziodemographika

Probandenanzahl

- n = 1.581

Geschlecht der Probanden

- Weiblich = 934 (59,1%)
- Männlich = 567 (35,9%)
- Keine Angabe = 80 (5,1%)

Angestrebter Abschluss

- Bachelor = 1.090 (68,9%)
- Master = 364 (23,0%)
- Staatsexamen = 116 (7,30%)
- Diplom = 11 (0,70%)

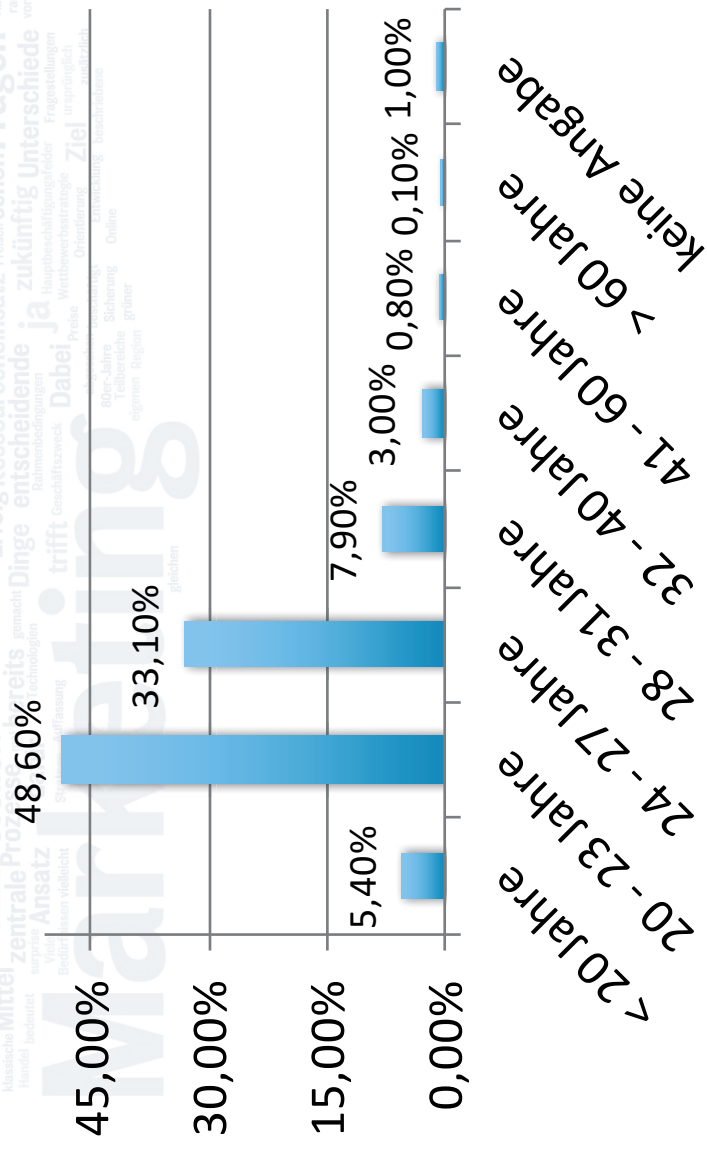
Bachelor in Siegen

- Ja = 197 (53,39%)
- Nein = 172 (46,61%)

Fakultäten

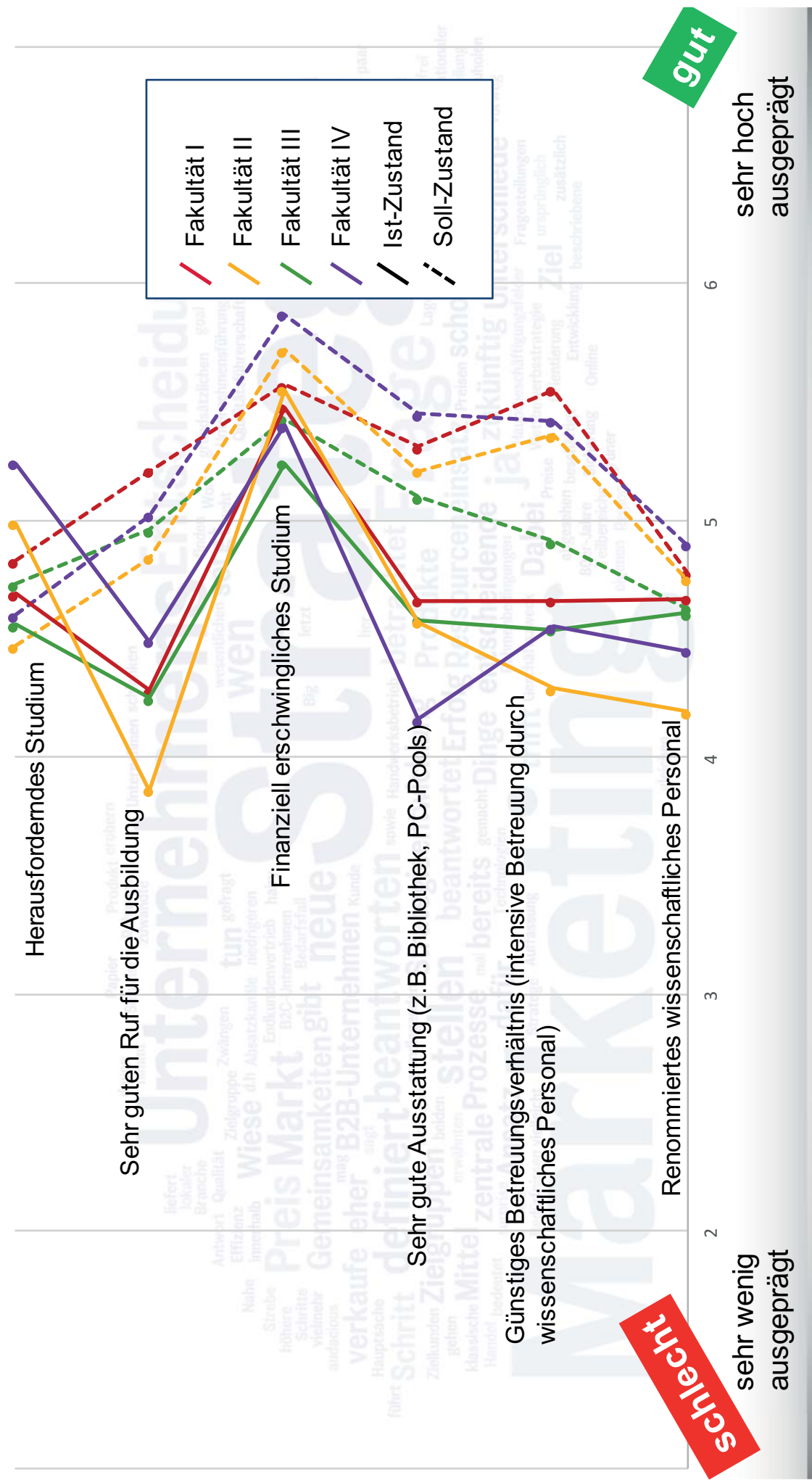
- Fak. I = 552 (34,91%)
- Fak. II = 332 (21,00%)
- Fak. III = 341 (21,57%)
- Fak. IV = 356 (22,52%)

Struktur der Altersangaben:

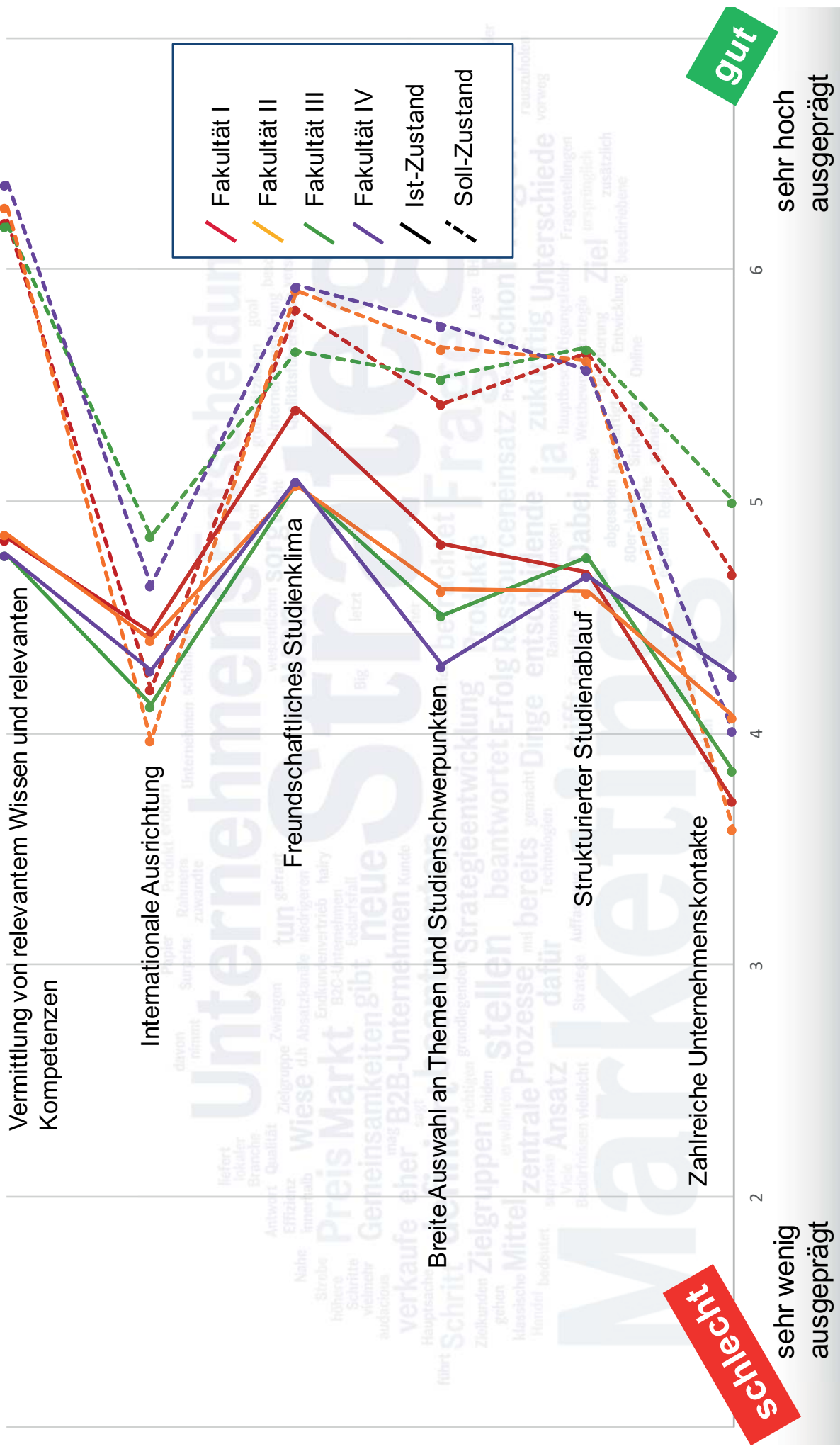


■ Relative Häufigkeit der Altersspanne

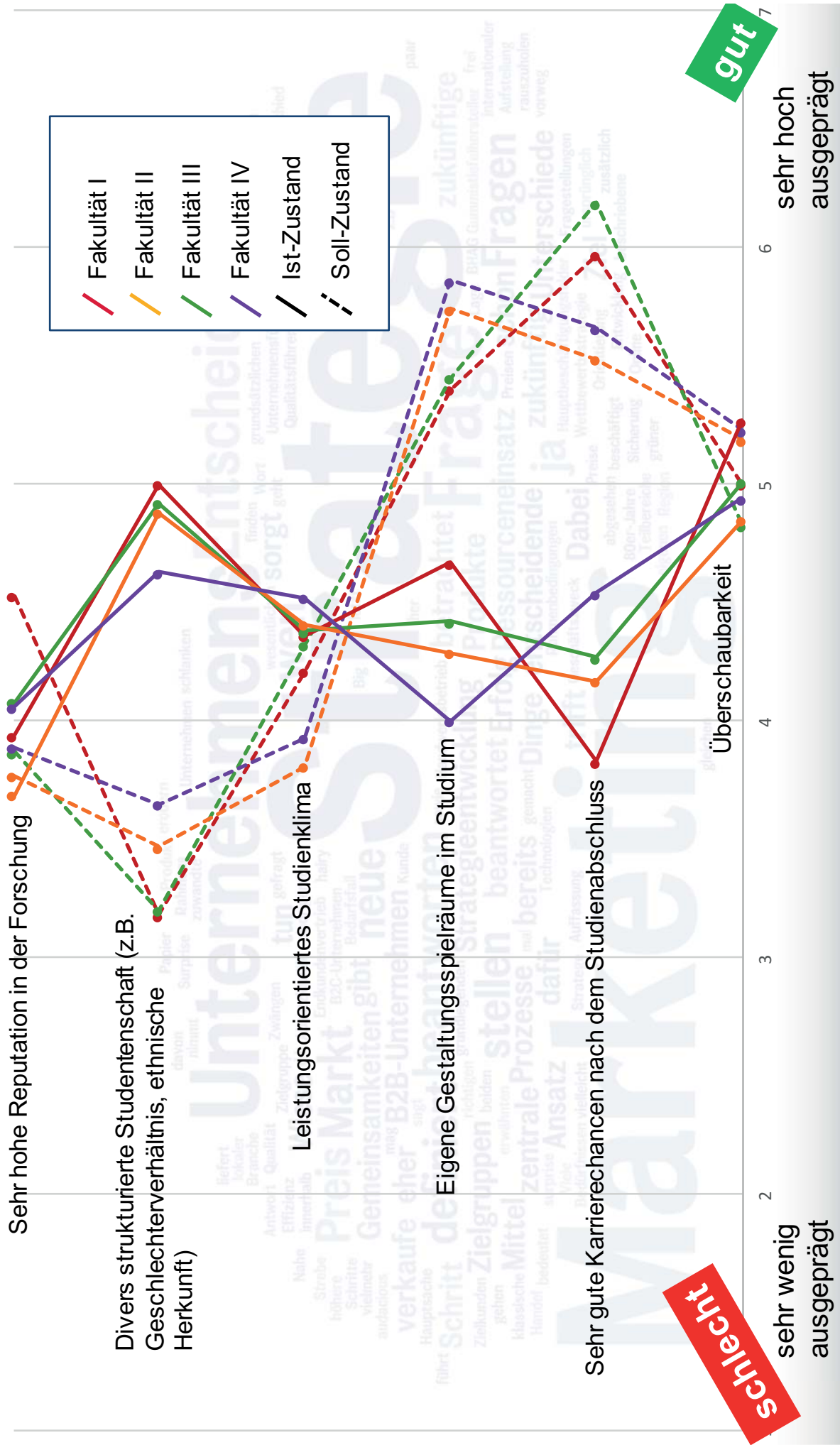
So sehen die Studierenden unsere Universität



So sehen die Studierenden unsere Universität

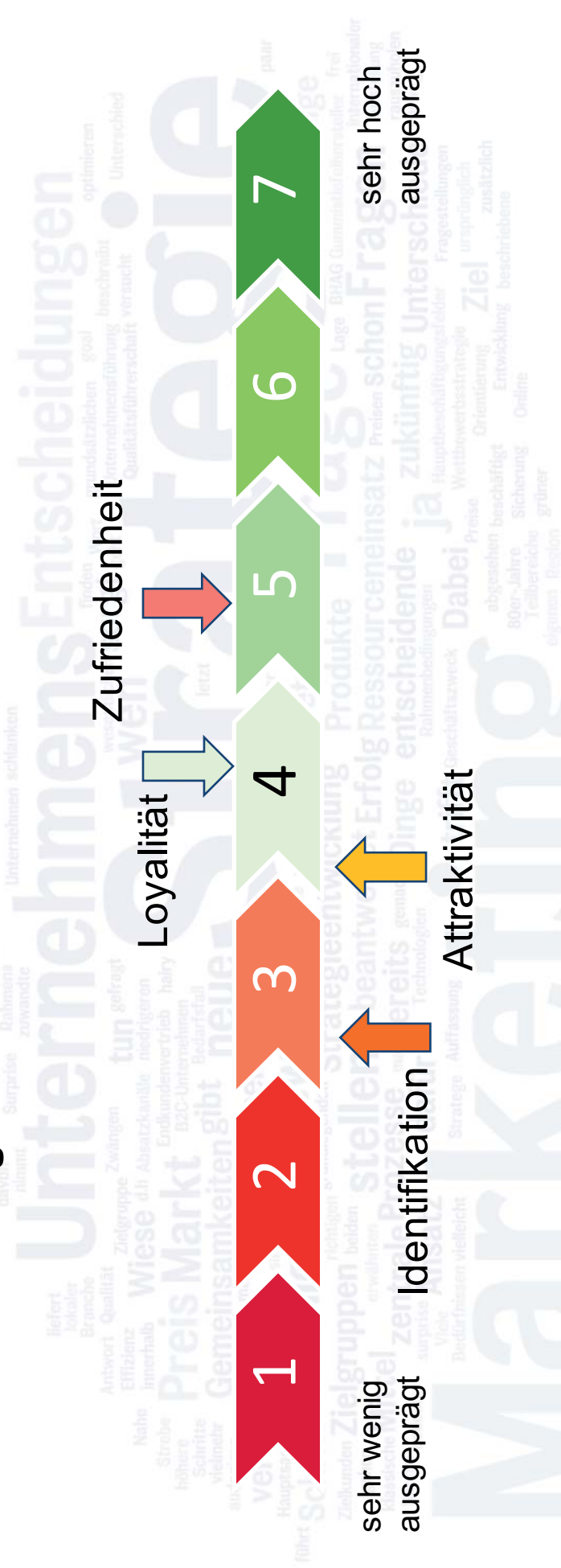


So sehen die Studierenden unsere Universität

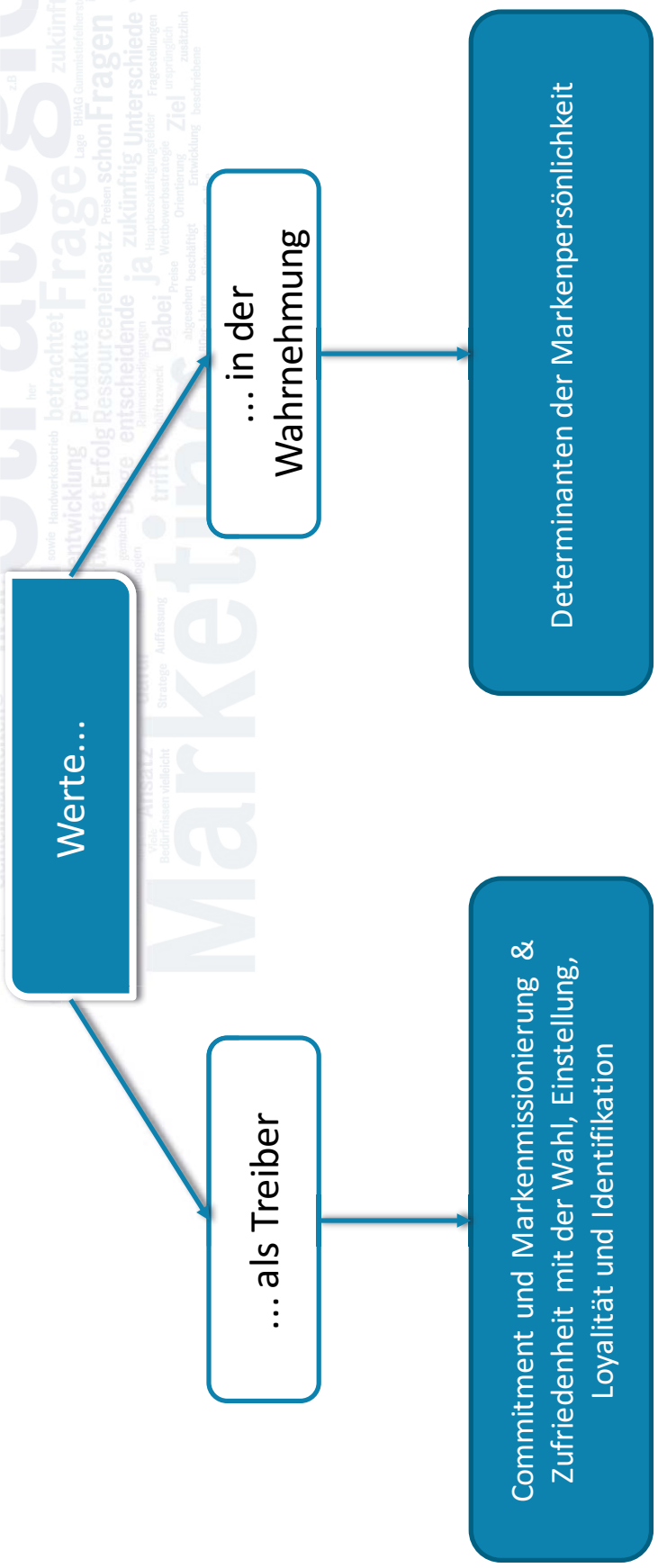


Einstellung der Studierenden zu unserer Universität

Ausprägung der relevanten Konstrukte im Rahmen der Erhebung:

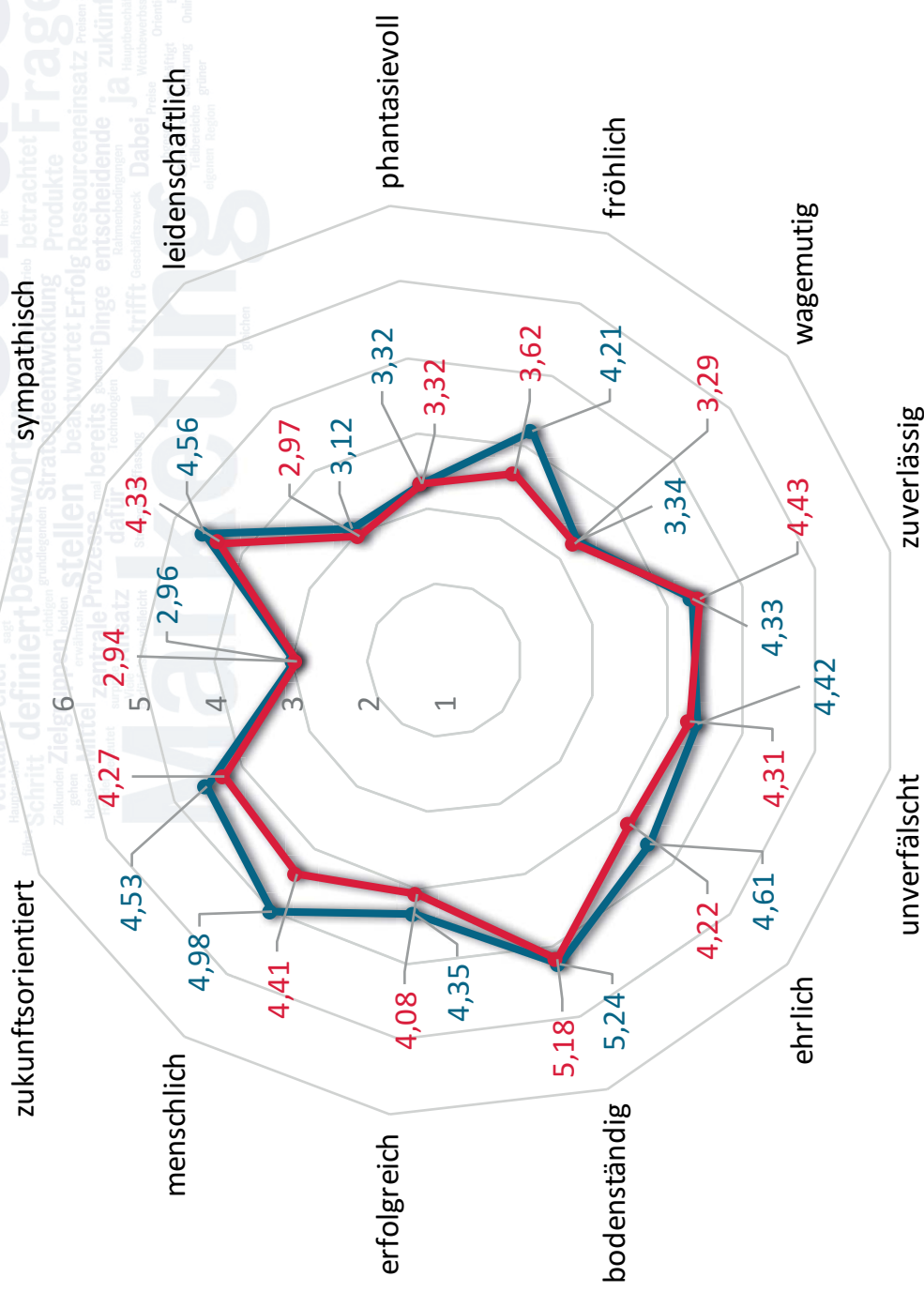


Kernergebnisse: Markenwerte zur Profilierung (I)



Die Markenpersönlichkeit ist als „set of human characteristics associated with a brand“ definiert - die Persönlichkeit einer Marke umfasst also ihre Wesenszüge (Aaker 1997).

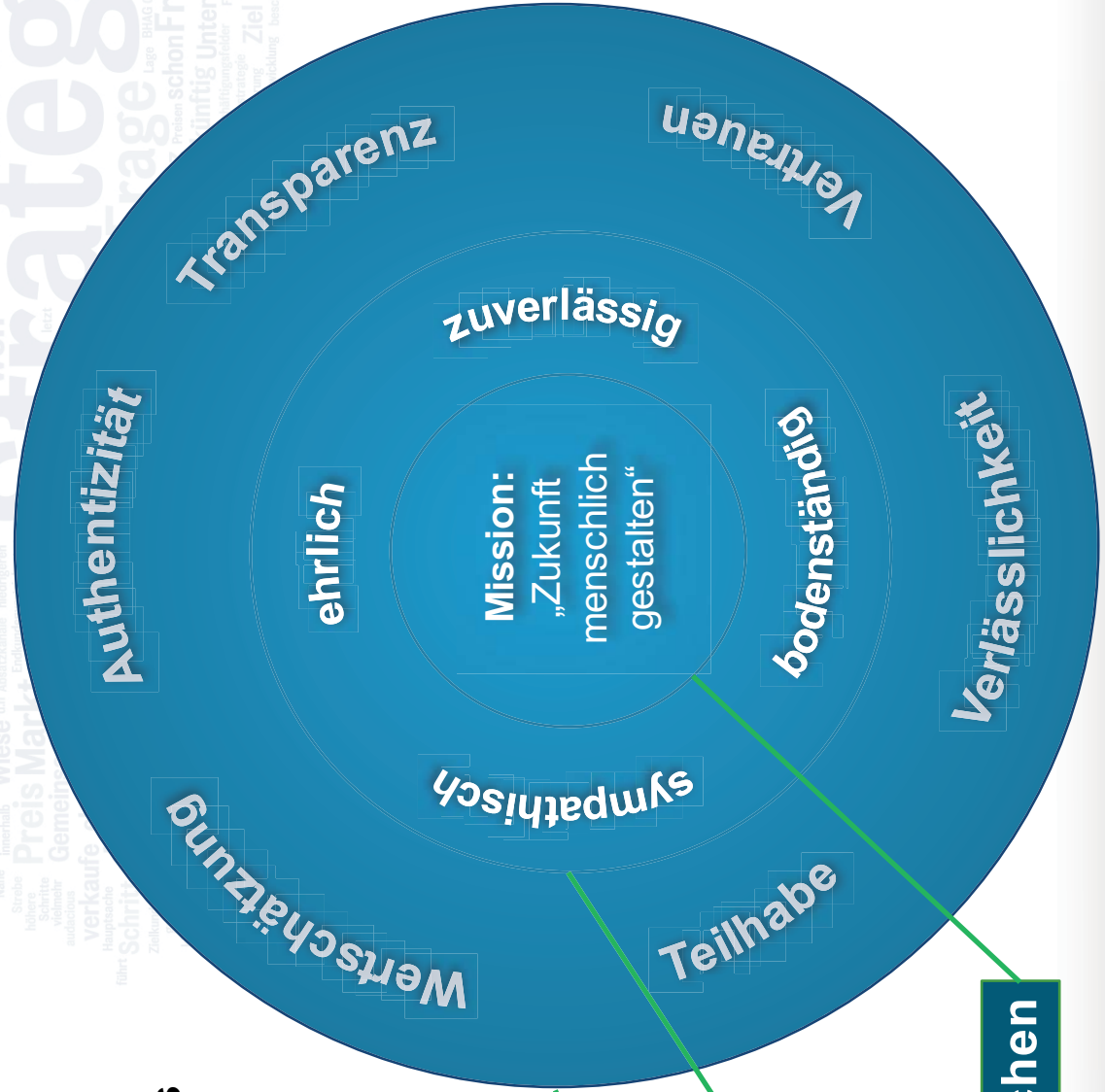
Kernergebnisse: Markenwerte zur Profilierung (II)



— Universität aus Sicht der Studierende
 — Universität aus Sicht der MitarbeiterInnen

Kernergebnisse: Markenwerte zur Profilierung (III)

Die Werte zeigen einen erheblichen positiven Einfluss auf das Verhalten der MitarbeiterInnen & Studierenden

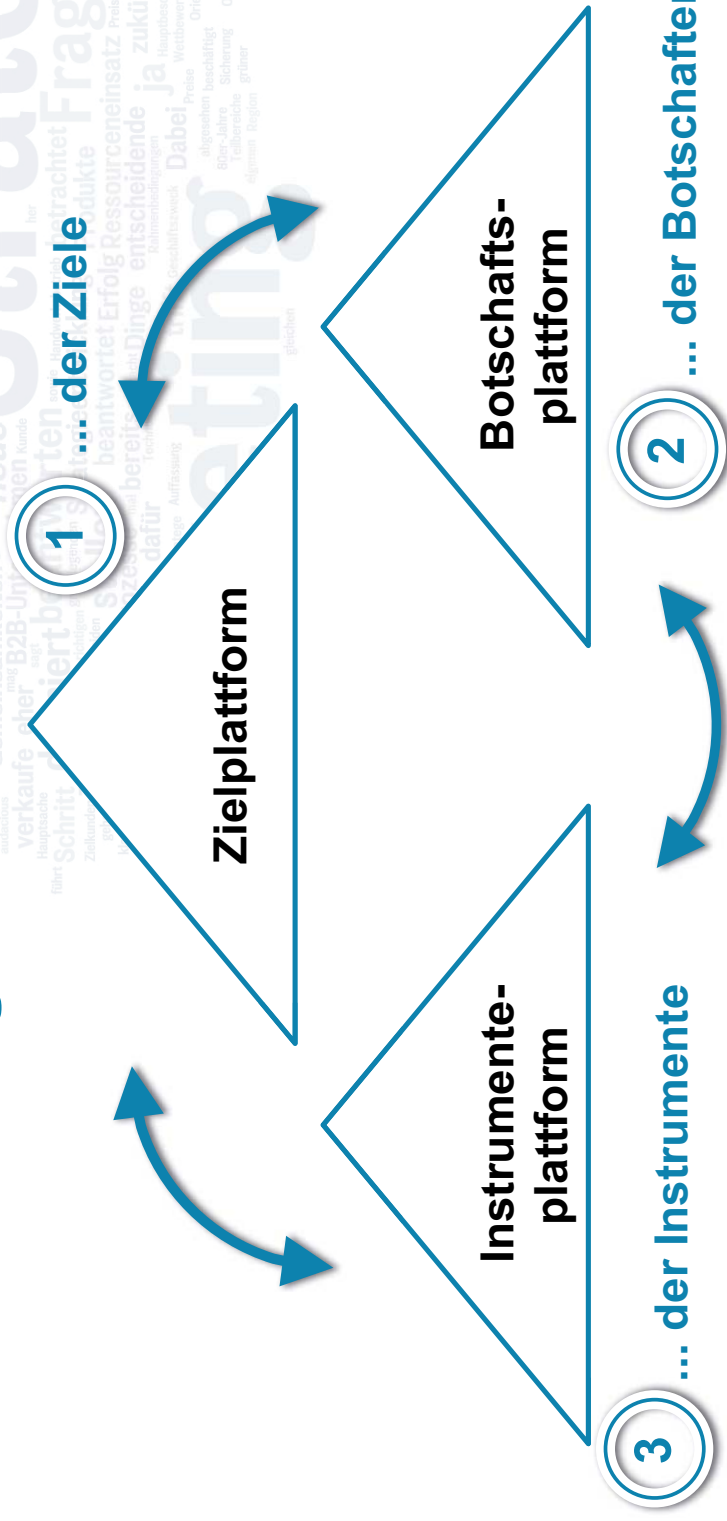


Botschaften

Werte

Kernversprechen

Handlungsempfehlungen: Plattformenmodell als Basis integrierter Kommunikation



Empfehlung: Aufbau eines „Toolset“, das Modulelemente für weitere Marketingmaßnahmen beinhaltet: Je nach Ziel bzw. Zielgruppe kann aus diesem Baukasten das geeignete Instrument und zur Vermittlung der angestrebten Botschaft ausgewählt werden.

Handlungsempfehlungen: Prozesse

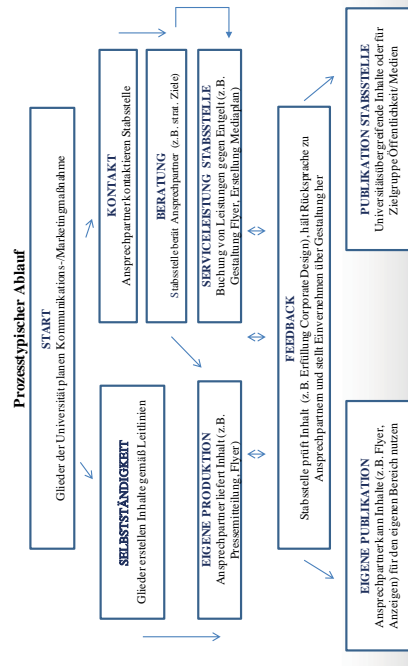
Ziel: Sicherstellung der Abstimmung (möglichst aller) Marketingmaßnahmen an unserer Universität.

Lösung: Als Ergänzung zu dem Toolset werden zwei prototypische Prozesse empfohlen.

1) Proaktives Management von Kommunikationsaktivitäten durch die Stabsstelle Kommunikation & Marketing



2) Förderung dezentraler Verantwortlichkeiten durch die Stabsstelle Kommunikation & Marketing



Primäre Ziele und Bearbeitungsfelder

Zukunft menschlich gestalten

Corporate Identity

- Weiterentwicklung und Etablierung eines einheitlichen Markenempfindens (Profilbildung)
- Erhöhung der Markenbekanntheit (national/ international)
- Erhöhung der Identifikation mit der Universität Siegen bei allen internen Anspruchsgruppen

Attraktivität

- Attraktivitätssteigerung (Gewinnung von bestqualifiziertem Personal sowie motivierter und talentierter Studierender)
- Arbeits-, Studien- und Lebensbedingungen unter Einhaltung von Sozialstandards schaffen, die allen bestmöglichen Voraussetzungen ermöglichen

Forschungsexzellenz

- Erhöhung der Attraktivität des Forschungsstandortes Siegen für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler
- Internationalisierung vorantreiben
- Ausbau der Finanzierungsbasis

Gemeinsames Werteverständnis: Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Sympathie, Bodenständigkeit

Jedem Bearbeitungspunkt der drei Zielsäulen wurden einzelne Maßnahmen zugeordnet, um ein Zielerreichung zu ermöglichen (vgl. Vorlage).

Handlungsempfehlungen: Weitere Implikationen

- Im Sinne eines Monitorings und einer Analyse in Form einer Wirkungskontrolle der Marketingaktivitäten, sollte in einem regelmäßigen Turnus (z.B. alle 24 Monate) eine Wiederholung der Erhebung zur Wahrnehmung und Zufriedenheit mit der Universität Siegen durchgeführt werden.
- Parallel hierzu sollten weitere Kontrollen wie z.B. Werbewirkungskontrollen der Kommunikationsmedien/-inhalte durchgeführt werden.
- Implementierung von „Service-Leistungen“ im Bereich des Marketing: Denkbar wären Unterstützungsangebote mit dem Ziel, eine integrierte Kommunikation zu fördern (u.a. gegen Serviceentgelte)
- Die Erarbeitung eines „internen Leitfadens“ zur gestalterischen Umsetzung Kommunikation sollte die Wünsche und Anforderungen der Gesamtheit der Universität Siegen widerspiegeln und sollte flexibel genug sein, um individuellen Ansprüchen der einzelnen Institutionen gerecht zu werden.

Konkrete weitere Schritte

Bekanntnis zur Homepage als „Herz des Hochschulmarketing“:

Die Homepage zeigt sich ganz klar als der wichtigste Kanal für die Kommunikation

Grundlegende Überarbeitung des Corporate Design: Update des Erscheinungsbilds

(Homepage, PowerPoint-Vorlagen, Flyer, Plakate)

Umsetzung der Prozesse: Festlegung von AnsprechpartnerInnen in den Teilen der Universität, um Prozesse umsetzen zu können, schnelle Absprachen zu ermöglichen, Know-how zu etablieren und zu verbreiten und den Service-Charakter zu stärken

Leitfäden: Erstellung von Leitfäden mit ausgeprägtem Service-Gedanken als Angebot an die Glieder der Universität; Grundlage, um sich aus dem „Toolset“ mit individuellen Freiheiten zu „bedienen“ und dennoch die Kommunikationsmaßnahmen zu integrieren

Konkrete operative Aktivitäten zur Unterstützung: Generierung von Bildmaterial durch „Foto-Wettbewerb“, dadurch authentisches Bildmaterial, das für alle Angehörigen der Universität nutzbar ist und breite Akzeptanz findet

Überarbeitung des Print-Portfolios: Neugestaltung der Flyer, Umpositionierung des Querschnitts als Mitarbeiter-Zeitung, Erstellung eines neuen Image-Magazins/Forschungs-Magazins