

Entwicklung des Hochschul-Marketing in Deutschland –

„4. Stimmungsbarometer zum Hochschul-
Marketing“ (Kurzfassung)

31. Oktober 2006

Hans-Peter Pohl, Hamburg
Berater, Coach, Dozent

Geschäftsführer ProfilPlus
Hochschul- und Wissenschafts-Marketing GmbH

Senior Advisor
Deloitte Consulting GmbH

Grundlage der repräsentativen Studie



- Die Studie wurde nach 1999, 2001 und 2003 im Sommersemester 2006 zum vierten Mal in Zusammenarbeit mit Deloitte Consulting GmbH durchgeführt.
- Von den angeschriebenen 331 Hochschul-Leitungen sind 106 Antworten (90 von öffentlichen, 16 von privaten Hochschulen) in die Auswertung eingeflossen, und zwar von 32 Universitäten, 61 Fachhochschulen und 13 Kunsthochschulen aus allen Bundesländern.

Marktorientierung setzt sich durch

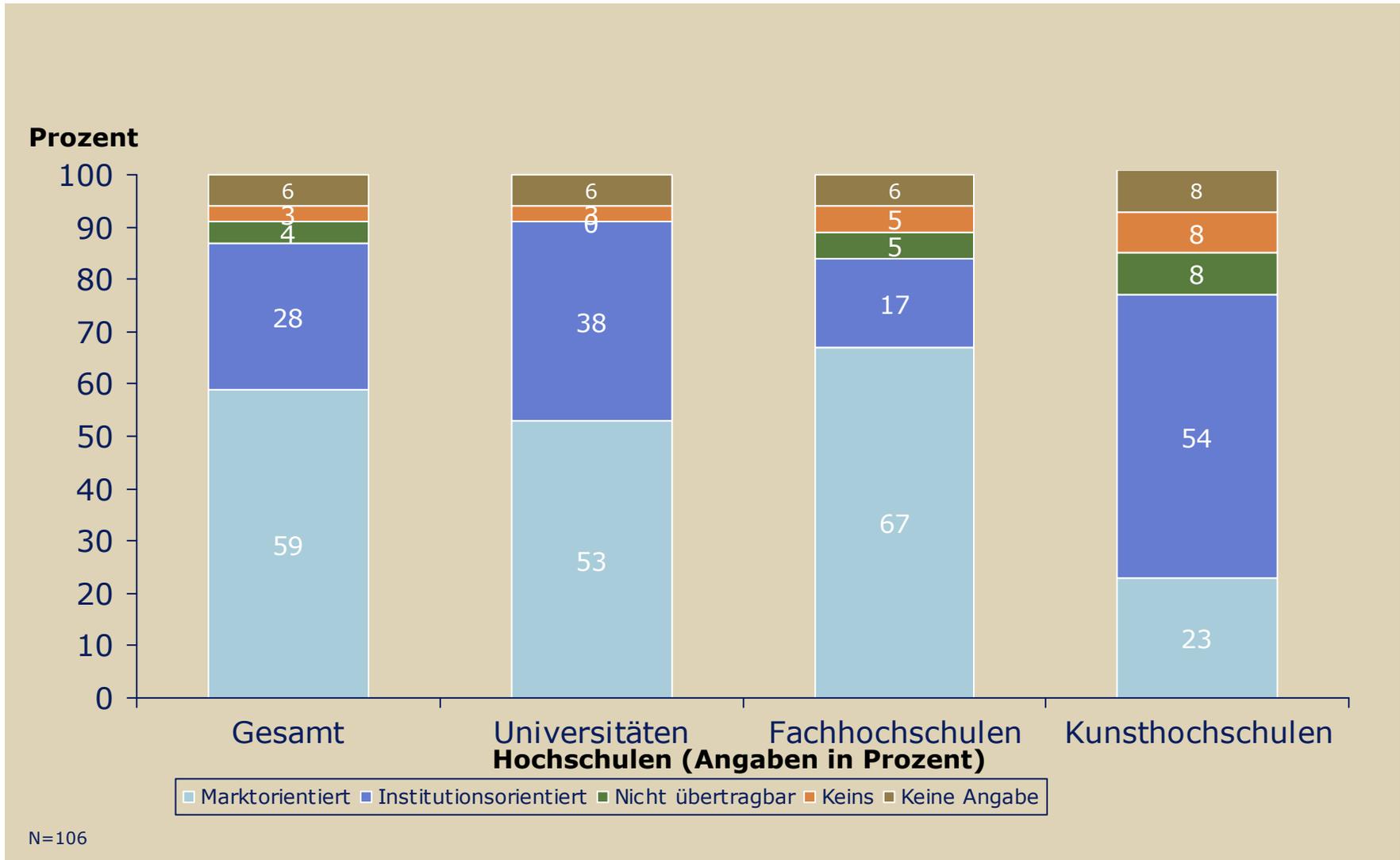


59 % aller deutschen Hochschul-Leitungen teilen folgendes Marketing-Verständnis:

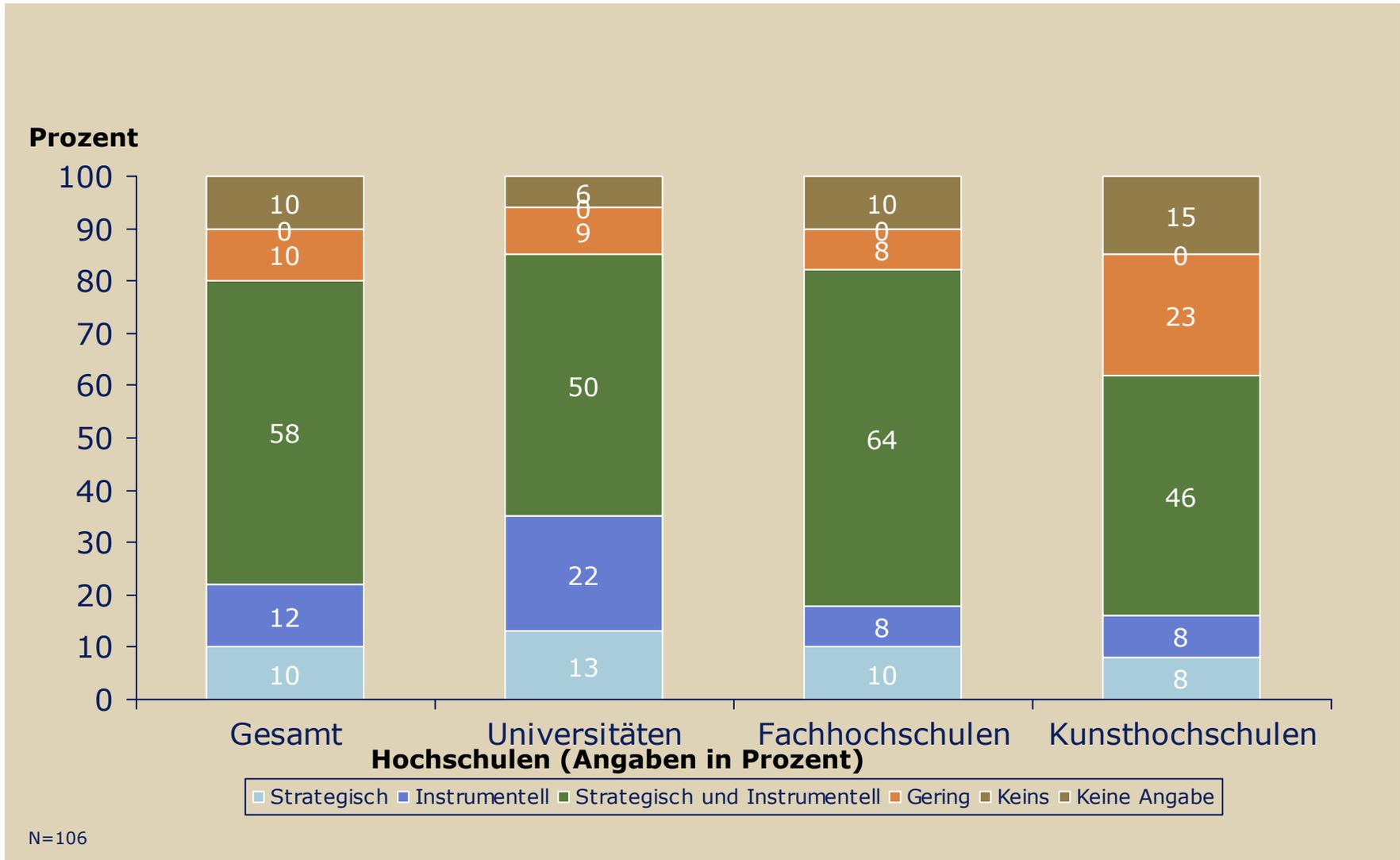
- Hochschul-Marketing versteht sich als ein Prozess der Herbeiführung und Gestaltung von Austauschprozessen und Pflege von Beziehungen innerhalb der Hochschule (Internes Marketing) und außerhalb der Hochschule (Externes Marketing) mit Anspruchsnehmern (Stakeholder) auf dem Beschaffungs-, dem Absatz- und dem Markt der Allg. Öffentlichkeit.
- Das Handeln der Hochschule, insbesondere ihr Leistungsangebot, orientiert sich auf der Grundlage ihres Auftrages an den Erwartungshaltungen und Interessen der Anspruchsnehmer (Stakeholder).

Quelle: 4. Stimmungsbarometer zum Hochschul-Marketing, 2006

Marketing Verständnis an deutschen Hochschulen



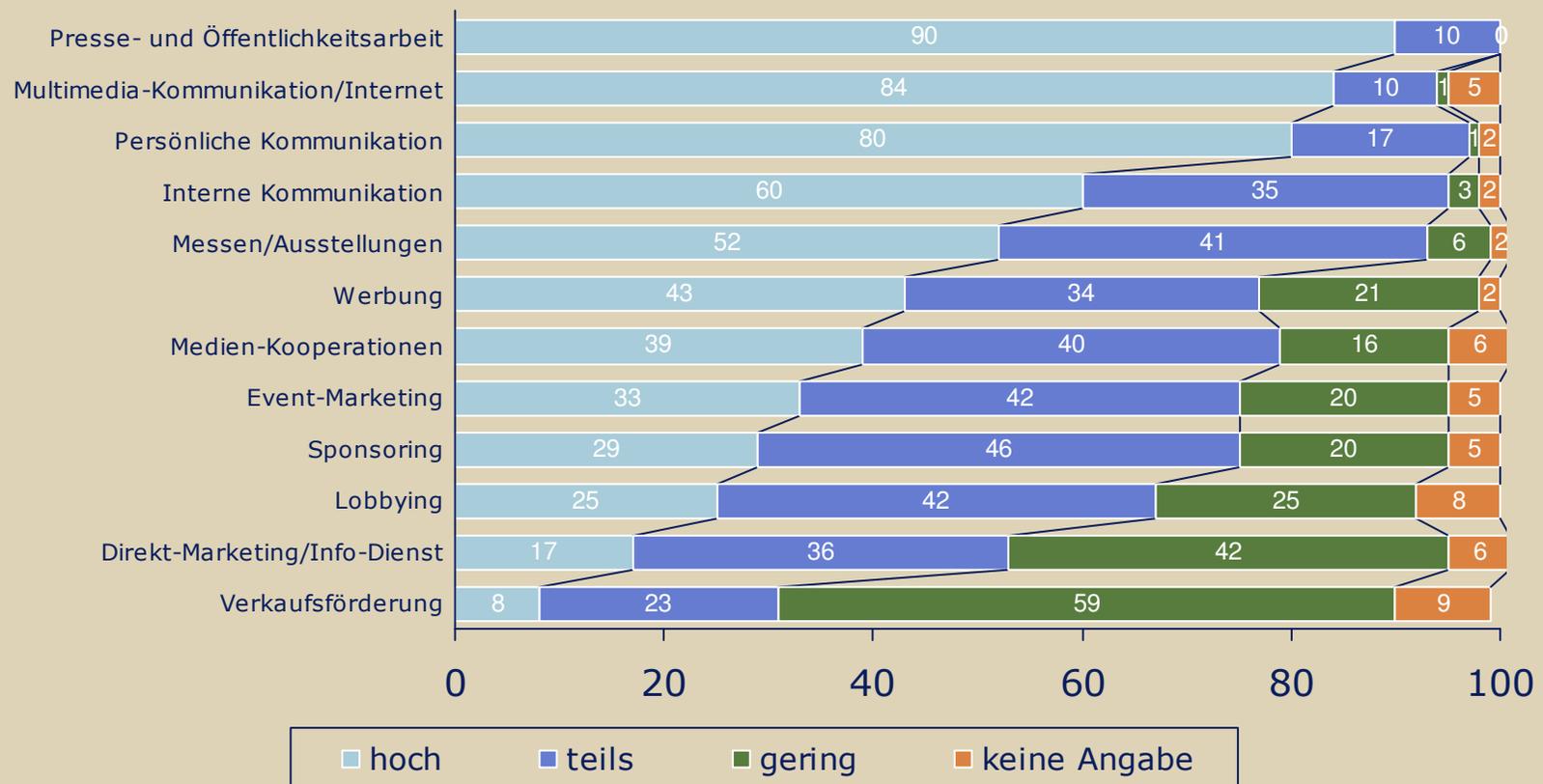
Marketing-Bedeutung für deutsche Hochschulen



Bedeutung der Kommunikations-Instrumente



Bedeutung der Kommunikations-Instrumente
(Angaben in Prozent)

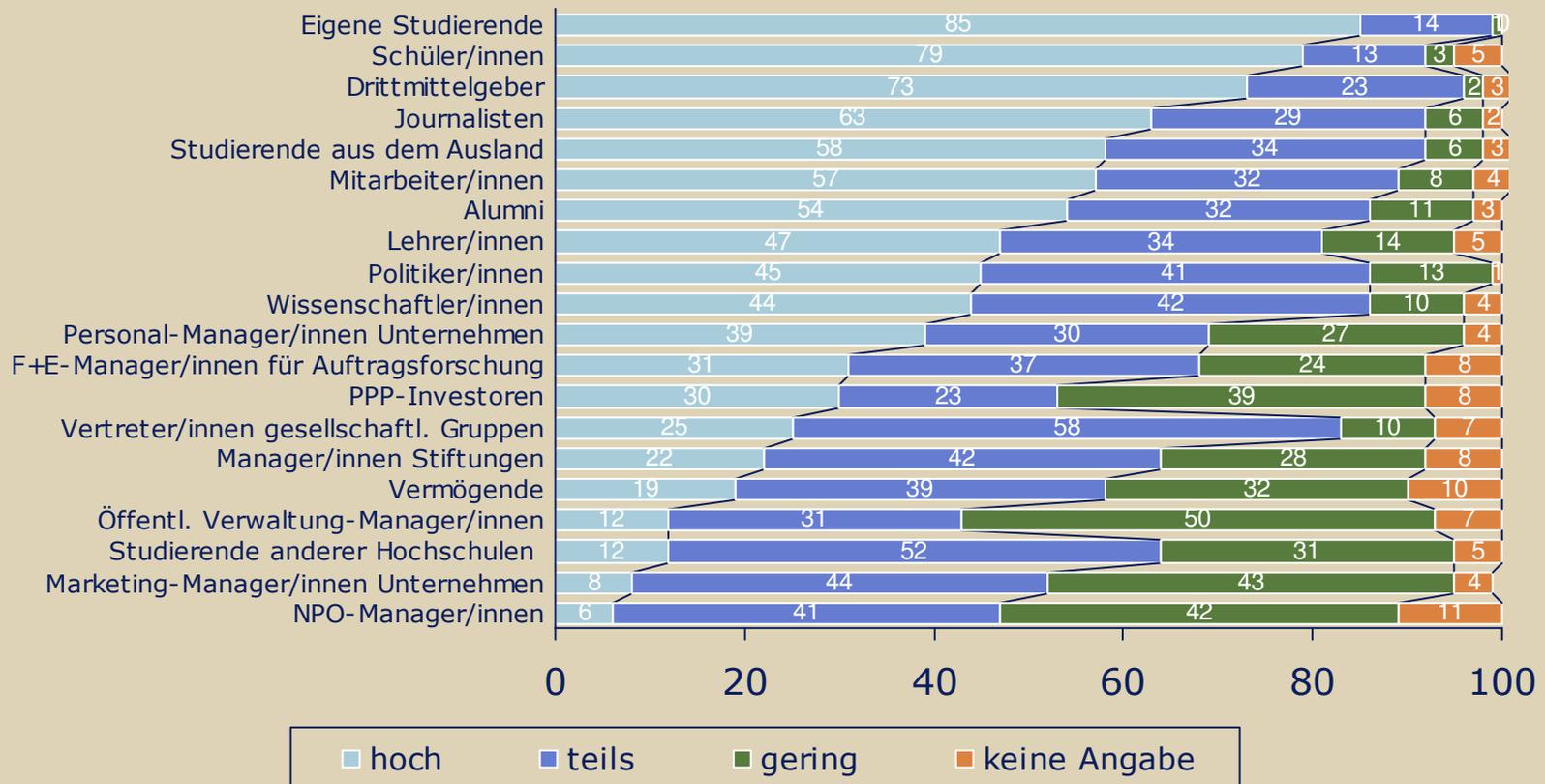


N=106

Bedeutung der Stakeholder für die Hochschulen



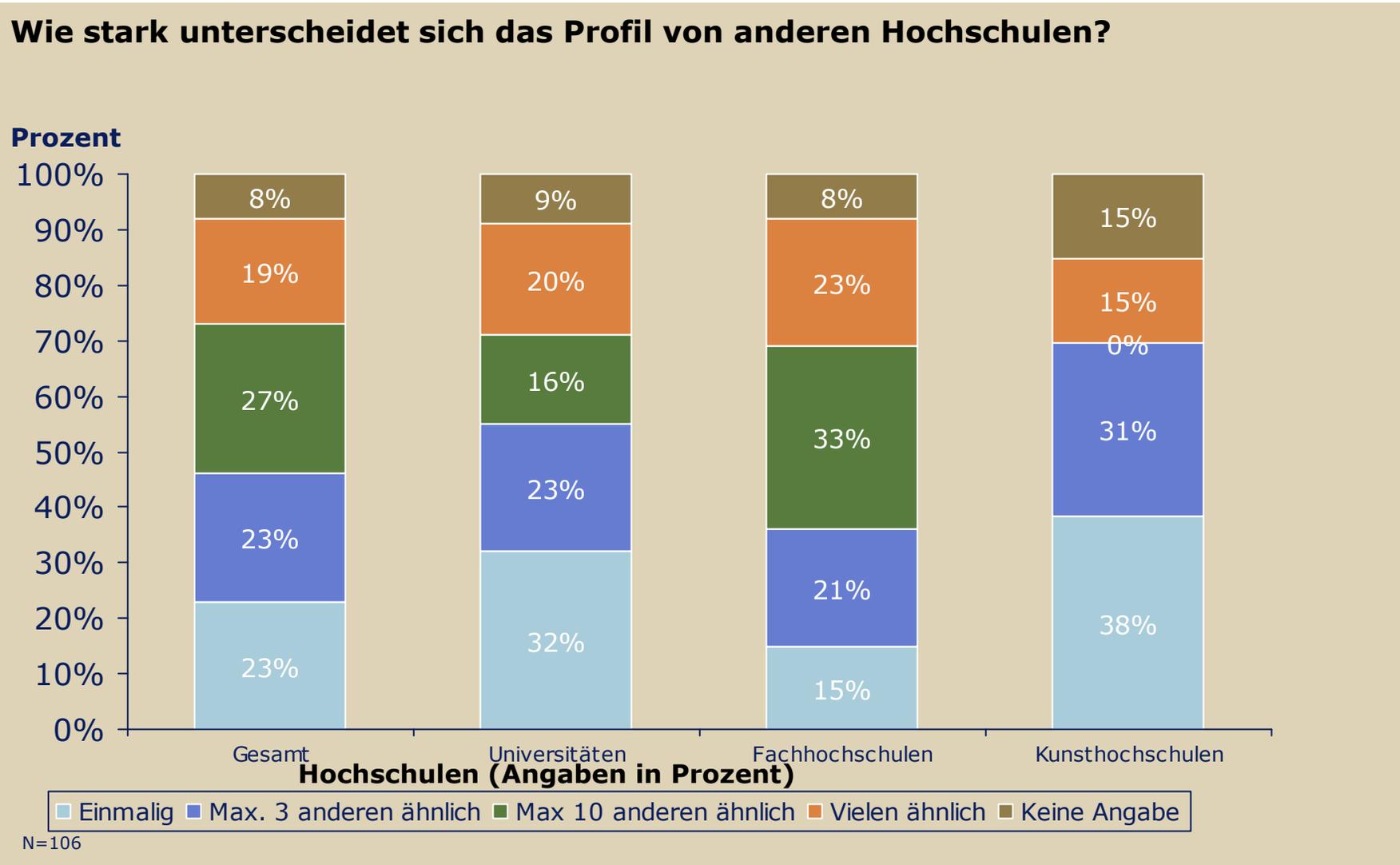
Bedeutung der Stakeholder für Hochschulen
(Angaben in Prozent)



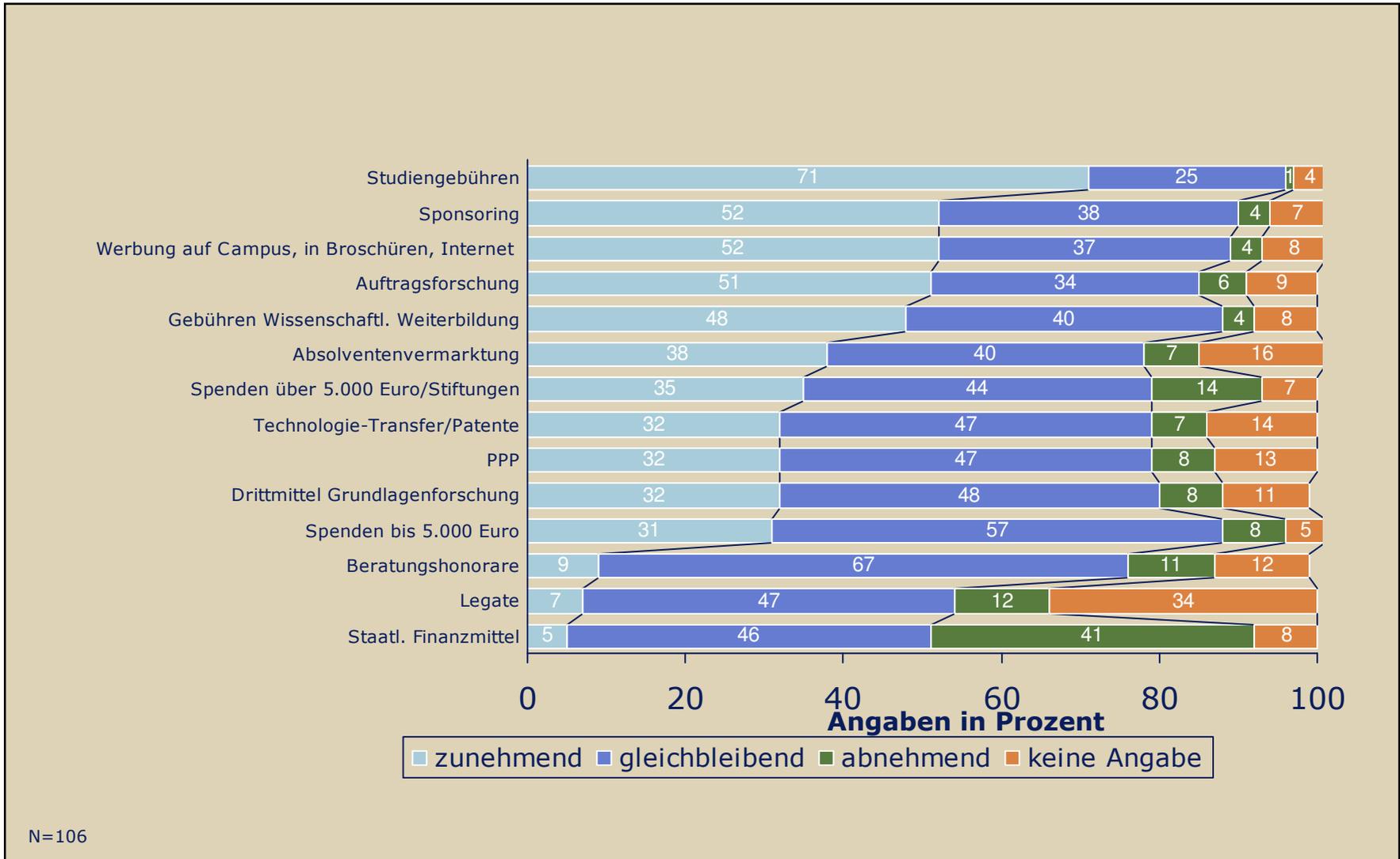
N=106

Quelle: 4. Stimmungsbarometer zum Hochschul-Marketing, 2006

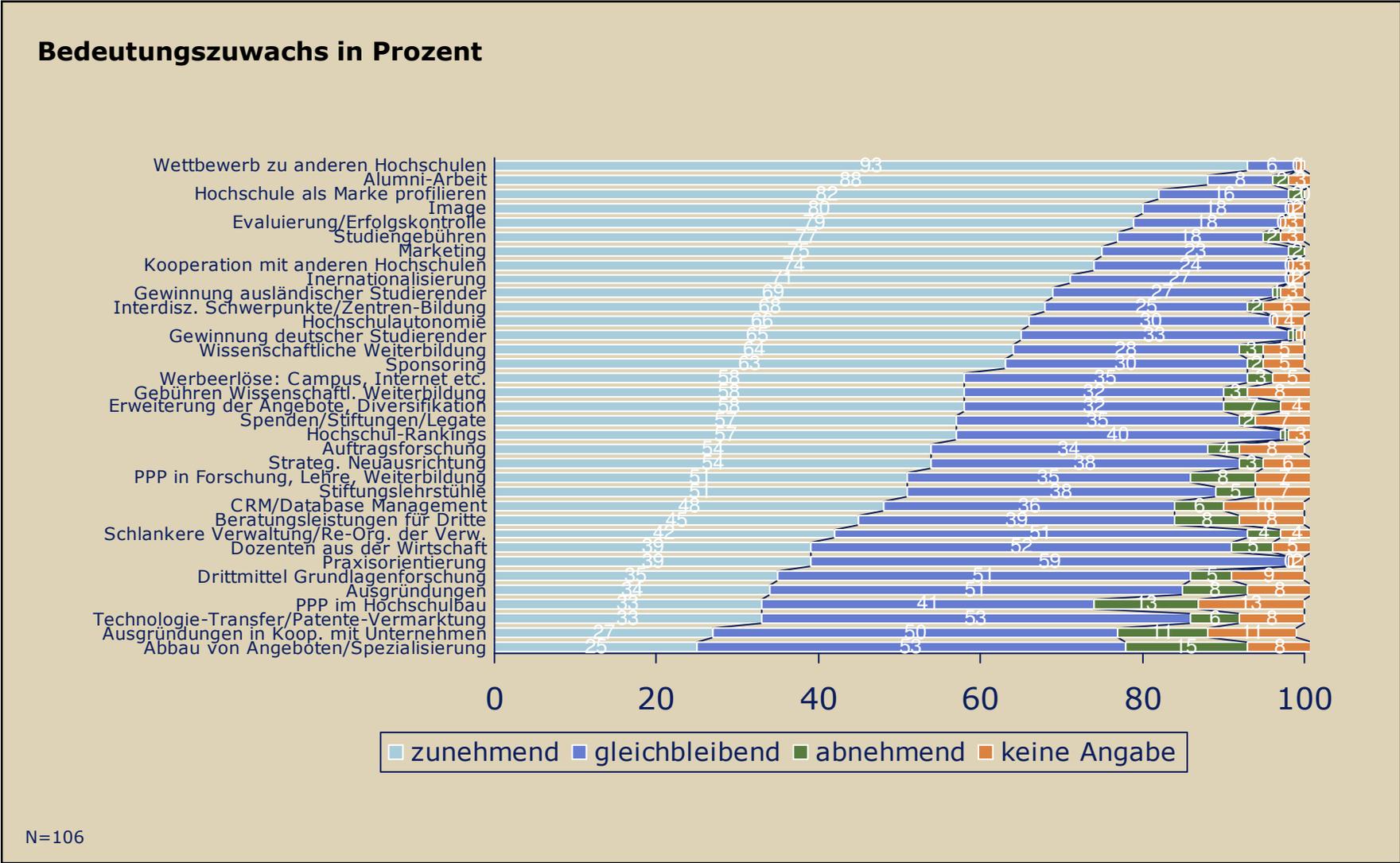
Profil der Hochschulen



Erlösentwicklung der Hochschulen 2006/2007



Themen-Relevanz an den Hochschulen bis 2011



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



Hans-Peter Pohl
Berater/Coach/Dozent

Geschäftsführer ProfilPlus
Hochschul- und Wissenschafts-Marketing GmbH
Am Neuen Garten 30 A
14469 Potsdam

www.profilplus.com
E-Mail: pohl@profilplus.com

Fon: 0331 - 2908446
Mobil: 0172 - 4221121

Senior Advisor Deloitte Consulting GmbH