

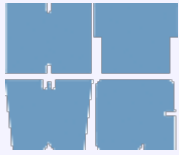
HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Profil und Marketing

- ein Werkstattbericht -

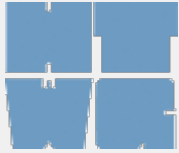
Dr. Kai Handel





Gliederung

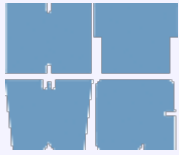
- Die HTWG im Überblick
- Was um Himmels Willen ist Hochschulmarketing?
- Zahlen, Daten, Fakten
- Ansatzpunkte für das Marketing



HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Die HTWG im Überblick



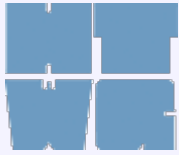


Die Hochschule – der Campus

- Hochschule auf einem Campus
- Mitten in der Stadt gelegen, direkt am Seerhein
- Breites Fächerspektrum, 6 Fakultäten
- Technik, Wirtschaft und Gestaltung

- Praxisnah Studieren
- Anwendungsorientiert Forschen und Entwickeln
- Weiterbilden auf hohem Niveau
- Interdisziplinäre Anknüpfungspunkte und Projekte

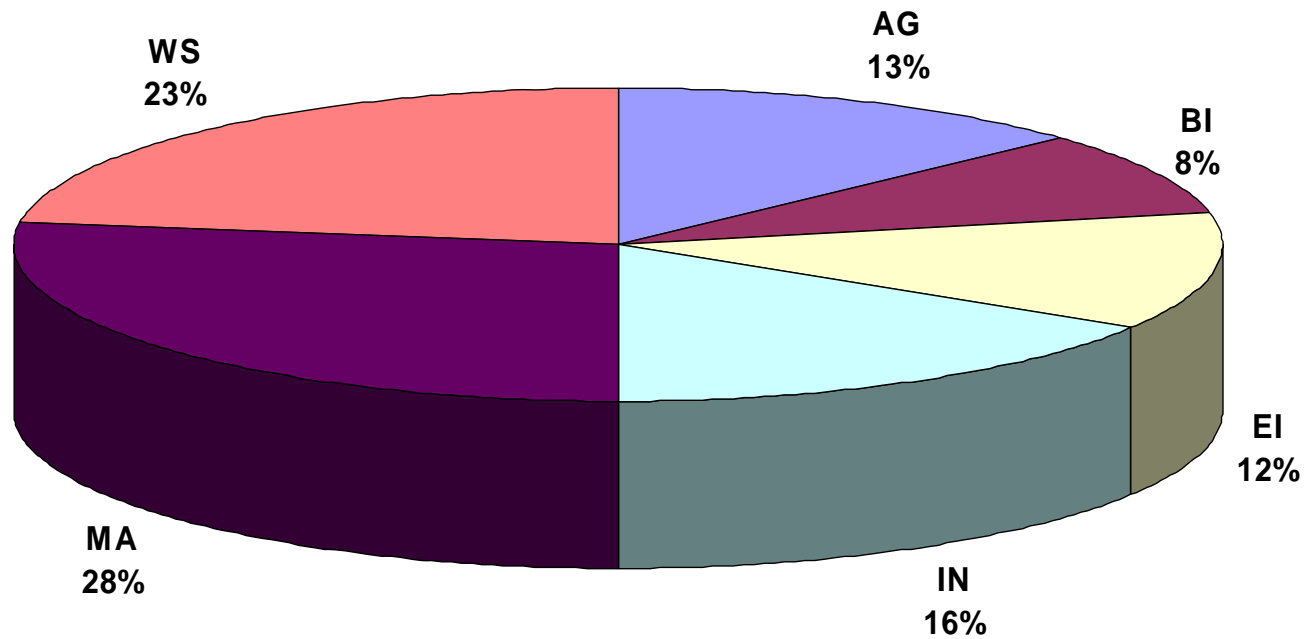
- 60% der Absolventen waren mindestens 1 Semester im Ausland



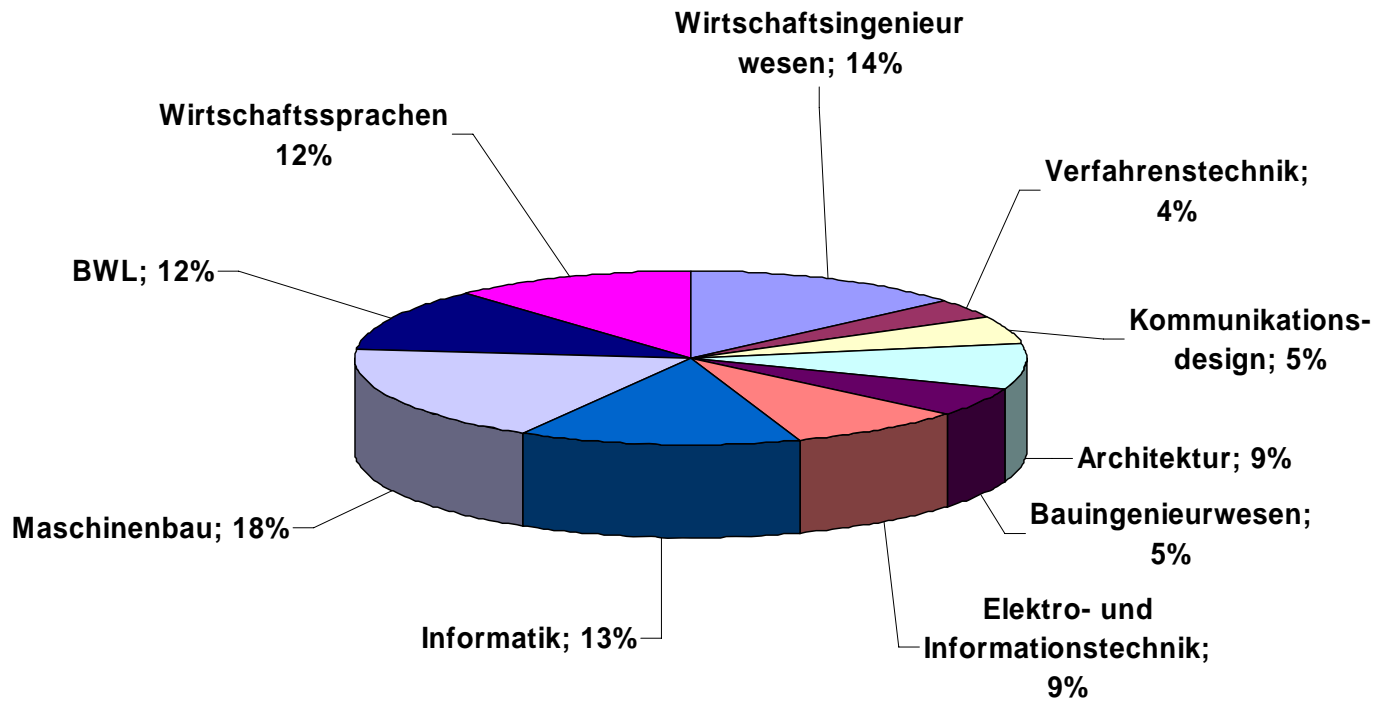
Fakultäten

- Architektur und Gestaltung (AG)
- Bauingenieurwesen (BI)
- Elektrotechnik und Informationstechnik (EI)
- Informatik (IN)
- Maschinenbau (MA)
- Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WS)

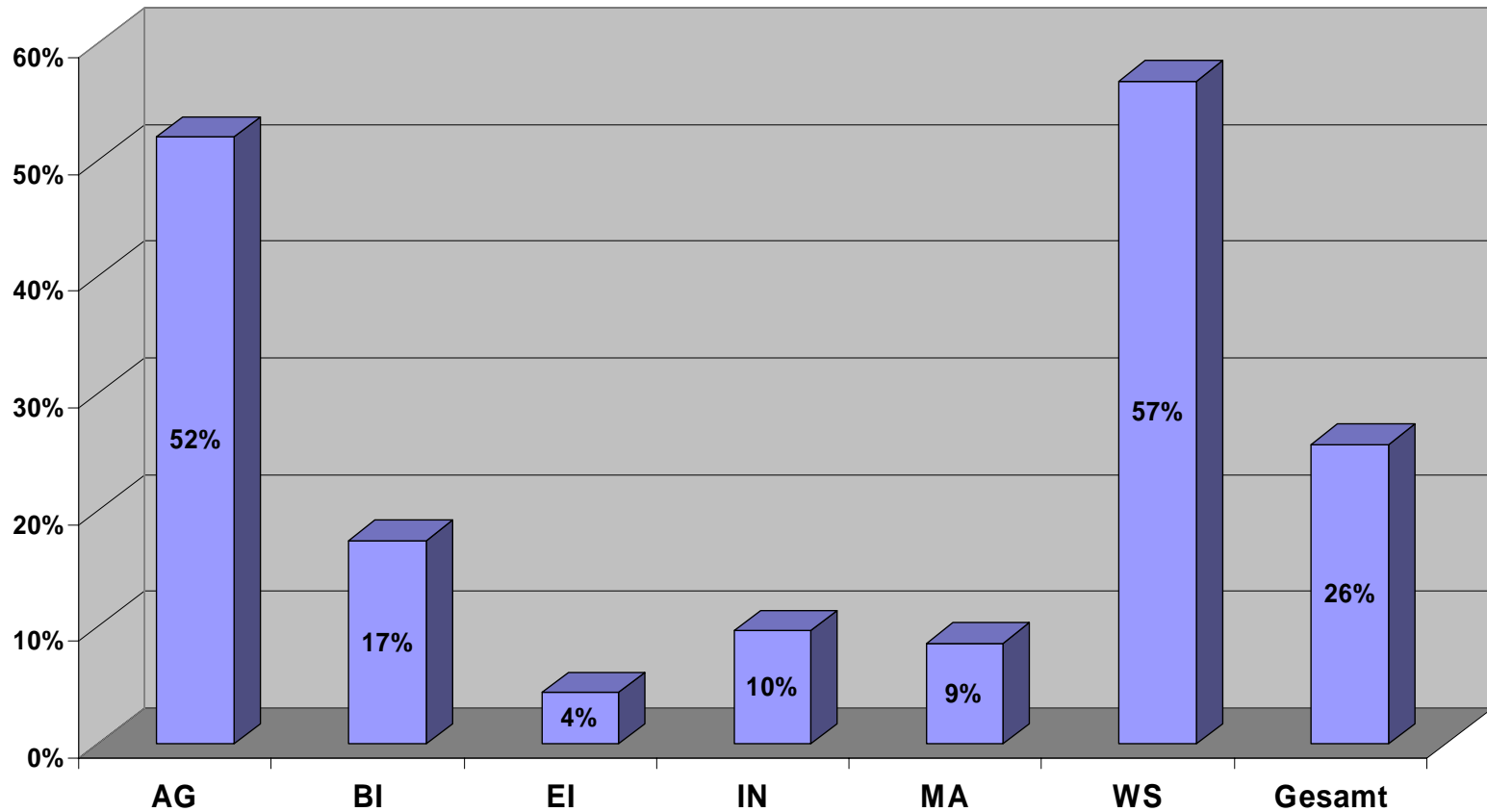
HTWG Konstanz WS 07/08
Anzahl Studierende pro Fakultät
Insgesamt 3340

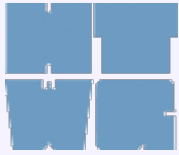


**HTWG Konstanz
WS 07/08
Anteil Studierenden pro Fächergruppe**



HTWG Konstanz WS 07/08
Anteil Studentinnen pro Fakultät
Insgesamt 855

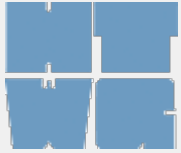




Beschäftigte Nov. 2007

- 134 Professoren
(120 männlich, 14 weiblich)

- 209 Beschäftigte
(120 männlich, 89 weiblich)
entspricht ca. 174 Vollzeitstellen



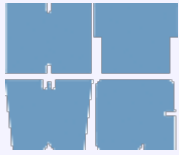
HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Lehre



Praxisnah Studieren - Bachelor

- Durchgehend auf Bachelor-Master-System umgestellt
- Intensive Betreuung in überschaubaren Seminargruppen vom 1. Semester an (Typischer seminaristischer Unterricht, 85% der Lehre durch Professoren, Lehrbeauftragte in höheren Semestern)
- 7 Semester Bachelorstudium (inkl. Assessmentsemester, praktisches Studiensemester, breite und fundierte wissenschaftliche Grundlagen, zunehmend Projektunterricht, hoher Selbstlernanteil)
- Kompetenzniveau entspricht FH-Diplom



Bachelor-Studiengänge (WS 2007/08)

Fakultät Architektur und Gestaltung

- Architektur (80 Studienanfängerplätze)
- Kommunikationsdesign (40)

Fakultät Bauingenieurwesen

- Bauingenieurwesen (80)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bau (30)

Fakultät Elektrotechnik und Informationstechnik

- Elektrotechnik und Informationstechnik (105)
- Wirtschaftsingenieurwesen Elektro- und Informationstechnik (35)

Fakultät Informatik

- Software-Engineering (42)
- Technische Informatik (48)
- Wirtschaftsinformatik (85)

Fakultät Maschinenbau

- Maschinenbau/Produktion (70)
- Maschinenbau/Konstruktion und Entwicklung (70)
- Verfahrenstechnik und Umwelttechnik (35)
- Wirtschaftsingenieurwesen Maschinenbau (40)

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

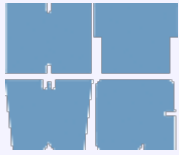
- Wirtschaftssprachen Asien und Management mit den Studienrichtungen Chinesisch und Malaiisch (70)
- Betriebswirtschaftslehre (90)
- [Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement](#) (30)

Insgesamt

920 Studienanfängerplätze

Praxisnah Studieren - Master

- 3 Semester Masterstudium
- Hauptsächlich „kompetenzvertiefend“
(= setzt ein Profil inhaltlich vertiefend fort)
 - starke Spezialisierung
 - erhöhte Wissenschaftlichkeit
 - Stärke interdisziplinäre Verknüpfungen
 - Forschungsbezug
- Kompetenzniveau entspricht Uni-Diplom bzw. Uni-Master
- Kompetenzerweiternd =
baut zusätzlich zur im Bachelor erworbenen
Kompetenz eine andere Kompetenz neu bzw.
erweitert auf (z.B. Wirtschaft für Ingenieure)



Masterstudiengänge (2008/09)

- Architektur (30)
- Kommunikationsdesign (30)
- Bauingenieurwesen (15)
- Elektrische Systeme (30)
- Informatik (30)
- Business Information Technology (15)
- Communication Systems Engineering (15)
- Automotive Systems Engineering (15)
- Mechanical Engineering and International Sales Management (15)
- Mechatronik (15)
- Umwelt- und Verfahrenstechnik (10)
- Wirtschaftsingenieurwesen mit den Studienrichtungen Bauwesen, Maschinenbau sowie Elektro- und Informationstechnik (30)
- Asian-European Relations and Management (15)
- Unternehmensführung (zukünftig 30-40)

- **Insgesamt ca. 300**
- **→ ca. 30% der Bachelor-Studienanfängerplätze**



HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Forschung

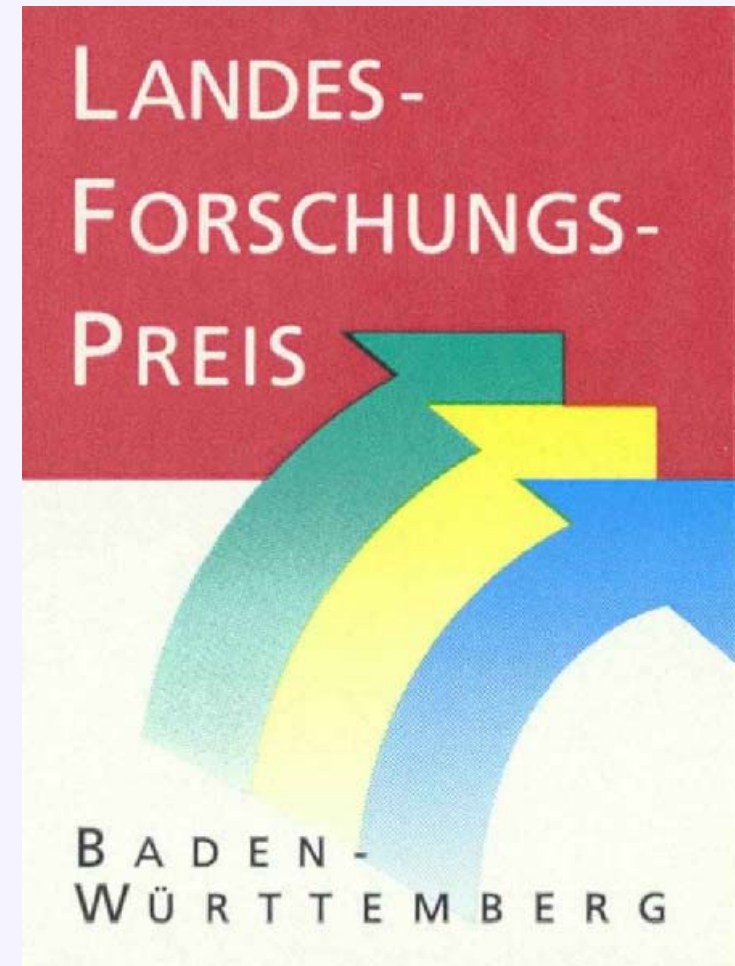


Forschung an der HTWG

- Der größte Teil der Forschungsprojekte wird in enger Zusammenarbeit mit regionalen und überregionalen Unternehmen durchgeführt, d.h. ist unmittelbar Technologietransfer.
- Die HTWG zählt in diesem zu den forschungsstarken Fachhochschulen im Land (Gemessen an Publikationen und wettbewerblich eingeworbenen Drittmitteln)
- Die HTWG gewinnt 10% zum Staatshaushalt der Hochschule an Mitteln Dritter für Forschung und Entwicklung dazu.

Forschung und Entwicklung

- **2005** wurde der hochdotierte **Landesforschungspreis Baden-Württemberg** für angewandte Forschung an **Prof. Dr. Josef Wieland** für seine herausragenden Arbeiten der Unternehmensethik verliehen.

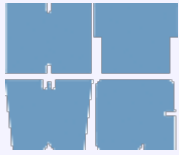


Herausforderungen

- Wettbewerb um staatliche Drittmittel und Industrie- und Wirtschaftskooperationen verstärkt sich.
 - Veränderungen in der Struktur der Hochschulangebote (z.B. Masterstudiengänge) und in den Anforderungen an die Hochschulbildung (schnelles Veralten des Wissens, daher verstärkt Notwendigkeit des Selbstaneignens etc.) fordern eine Neuausrichtung.
- Stärkere Konzentration auf wissenschaftliche und technische Grundlagen (BA+MA), Einbindung in den Prozess des Forschens und Entwicklens (MA), Ausbau des Technologietransfers

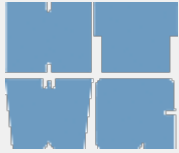
Neuausrichtung der Forschungsförderung an der HTWG

1. Fortführen der erfolgreichen Forschungsförderung!
(Individualförderung)
2. Forschung wird zur Unterstützung der Lehre insbesondere der Masterstudiengänge ausgebaut. Studierende der Masterstudiengänge sollen in die Forschungsprojekte eingebunden sein. (Fakultäten)
3. Clusterbildung von thematischen Forschungsinteressen notwendig um die „Sichtbarkeit“ zu steigern (Wettbewerb)
 - Besondere Förderung besonders erfolgreicher und besonders aussichtsreicher Themengebiete (Schwerpunktbildung auf Hochschulebene)
 - Der Ausbau der Forschungsaktivitäten erfolgt auch durch gezielte W3-Berufungen (Eckprofessuren).
4. Implementierung einer Technologietransfergesellschaft (F&E und TT über einen Ansprechpartner der HTWG)



Forschungsschwerpunkte

- Ausführlicher hochschulinterner Diskussionsprozess (Okt. 2006 – Okt. 2007)
- Ergebnis:
 - Corporate Governance / Unternehmensethik
 - Werkstoffsysteme
 - Optische Technologien und Bildverarbeitung
 - (Nachhaltige Entwicklung und effiziente Energiesysteme)
- Jetzt: Diskussion mit den Beteiligten über konkrete Fördermaßnahmen durch die Hochschule



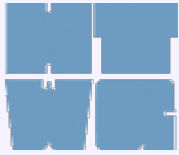
HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Wissenschaftliche Weiterbildung



Wissenschaftliche Weiterbildung
= wichtige Kernkompetenz der HTWG

- Kernkompetenz:
 - **Wissenschaftliche Weiterbildung im wirtschaftlichen und technischen Bereich - berufsbegleitend für Führungskräfte aus Wirtschaft und Industrie**
- Studienprogramme in der Wissenschaftlichen Weiterbildung
 - Masterstudiengang General Management (MBA)
 - Masterstudiengang Human Capital Management (MBA)
 - Masterstudiengang Packaging Technology
 - MBA in Compliance and Corporate Governance (englischsprachiges Programm für chinesische Führungskräfte, Lehre in China und Deutschland)



Ausbau in der Wissenschaftlichen Weiterbildung

- „MBA in Corporate Governance“
- „MBA in Business Communication“
- Master in „Systems Engineering“

- Ausbau im Bereich der Zusatzqualifikationen und der Inhouse-Seminare

Weiterbilden auf hohem Niveau

Die Weiterbildungsinstituten der HTWG Konstanz:

- Technische Akademie gGmbH
- Lake Constance Business School GmbH

Seit 2006 mit Sitz in der Villa Rheinburg (seit 1992 gezielte Aktivitäten),

Ziel: Führungs- und Nachwuchskräfte umfassend, gezielt und praxisnah bei der Professionalisierung ihrer Kompetenzen unterstützen.



Weiterbilden auf hohem Niveau

- Die HTWG Konstanz ist **2004** als **beste deutsche Hochschule** für ihr **Weiterbildungskonzept** durch den Stifterverband der deutschen Wissenschaft ausgezeichnet worden.

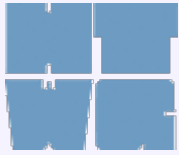




HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Was um Himmels Willen ist Hochschulmarketing?





Hochschulmarketing

Das Hochschulmarketing will die Position der Hochschule im Wettbewerb um Studierende, Professoren, Drittmittel und Reputation verbessern.

Das setzt eine faktengestützte Analyse der bestehenden Position und der gegebenen Möglichkeiten voraus.

Die Analyse muss in eine planvolle und abgestimmte Kommunikation und Präsentation von Angeboten, Eigenschaften, Zielen und zu schaffendem Nutzen münden.



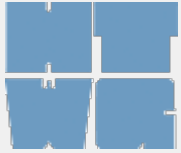
Handlungsansätze

zentral

- Web-Relaunch
- Image-Broschüre

dezentral

- Fakultäts-Konzepte
Studienanfänger-
marketing

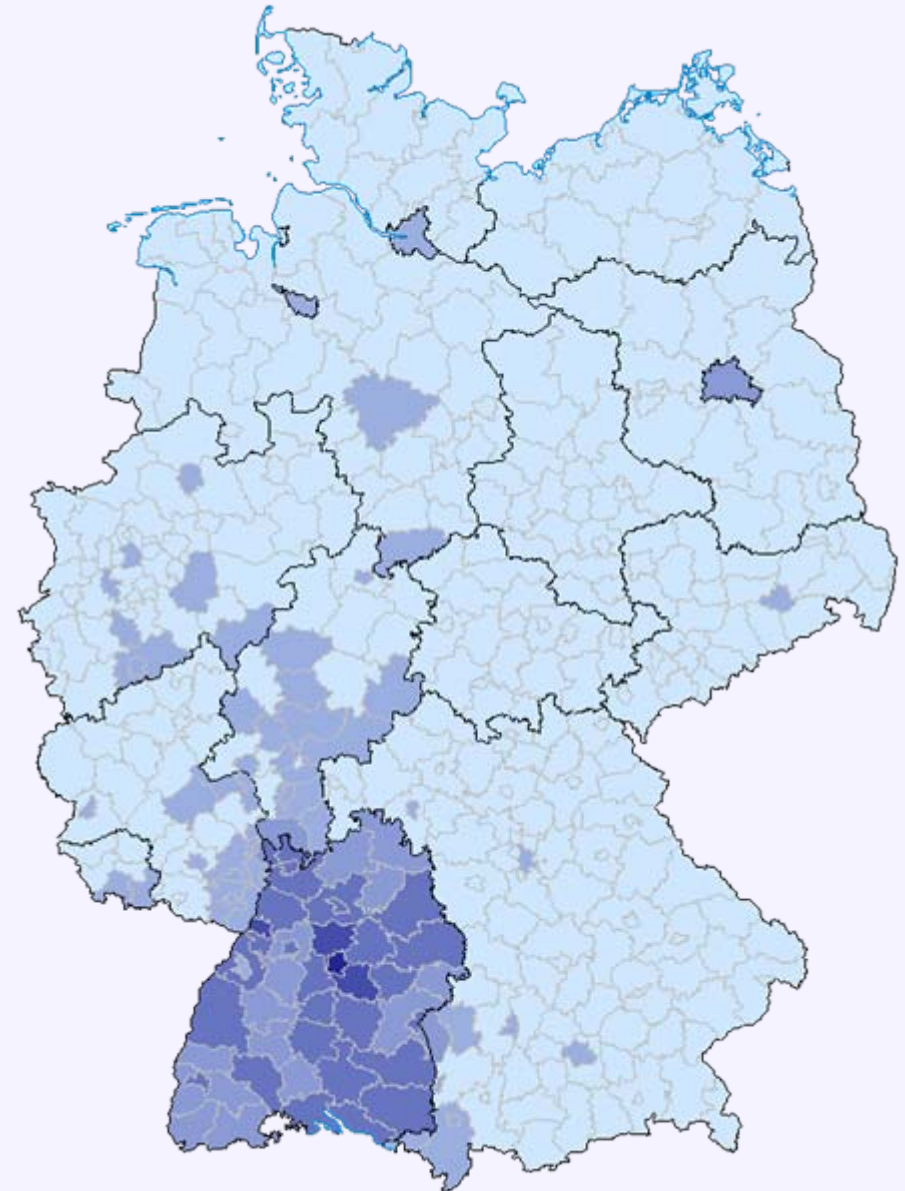


HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Zahlen, Daten, Fakten



**Einzugsstruktur der
Hochschulen
in Baden-Württemberg**



Einzugsstrukturen nach Klassen

	0,001% bis unter	0,100%
	0,100% bis unter	0,500%
	0,500% bis unter	1,000%
	1,000% bis unter	3,000%
	3,000% bis unter	5,000%
	5,000% bis unter	10,000%
	10,000% und mehr	

Einzugsstruktur HTWG Konstanz

Anzahl der StudienanfängerInnen im
Studienjahr 2005 an der HTWG
Konstanz insgesamt
(Bildungsinländer): 706

Stärkste Kreise

1. Kreis Konstanz: 22,0% (155)
2. Bodenseekreis: 6,3% (45)
3. Kreis Waldshut: 5,1% (36)
4. Kreis Tuttlingen: 5,0% (35)
5. Schwarzwald-Baar-Kreis: 3,9% (28)

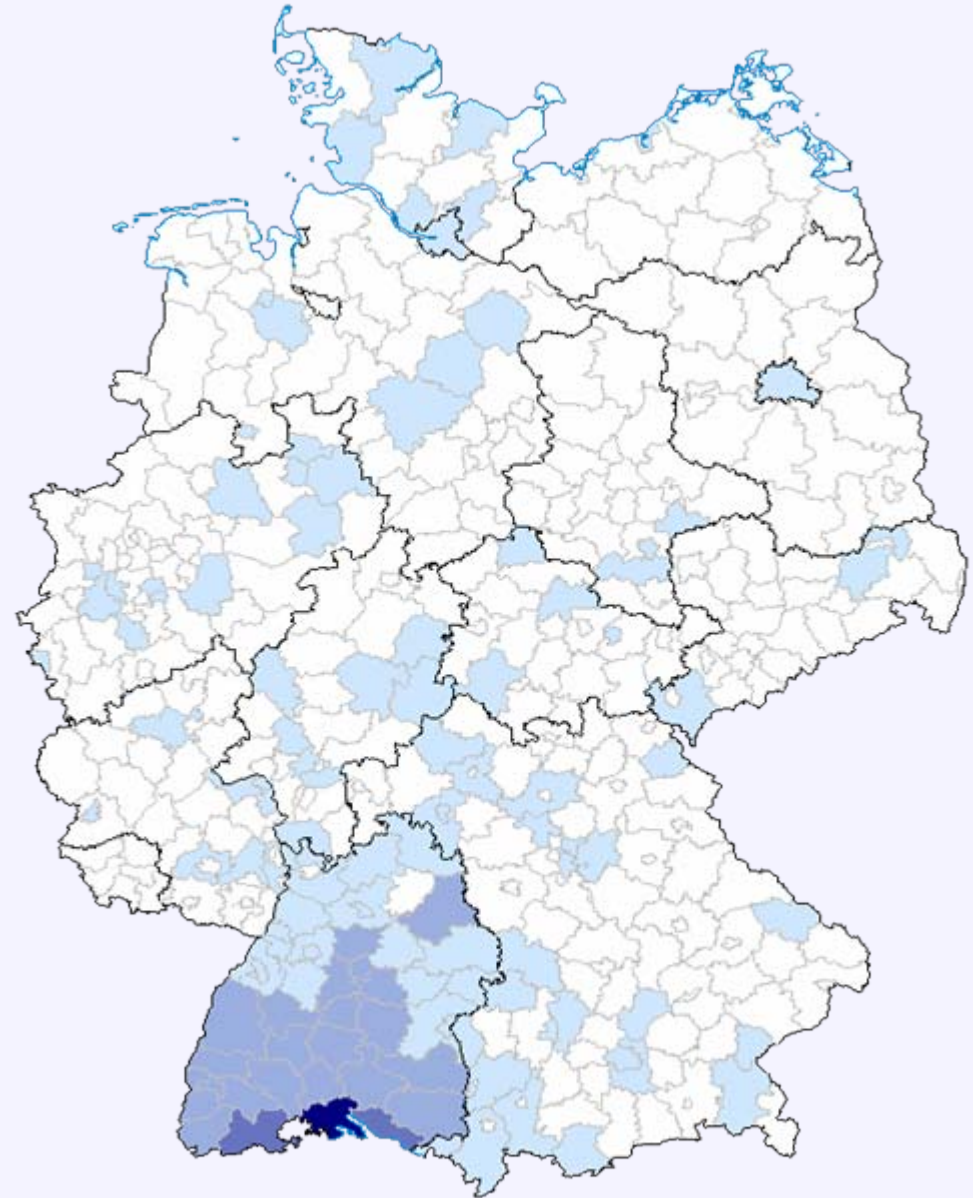
StudienanfängerInnen insgesamt
(inkl. Bildungsausländer): 756 (50)

Stärkste Länder

1. Baden-Württemberg: 85,5% (604)
2. Bayern: 5,1% (36)
3. NRW: 2,1% (15)
4. Rheinland-Pfalz: 1,3% (9)

Einzugsstrukturen nach Klassen

	0,01% bis unter	1,00%
	1,00% bis unter	5,00%
	5,00% bis unter	10,00%
	10,00% bis unter	20,00%
	20,00% und mehr	



Einzugsstruktur Uni Konstanz

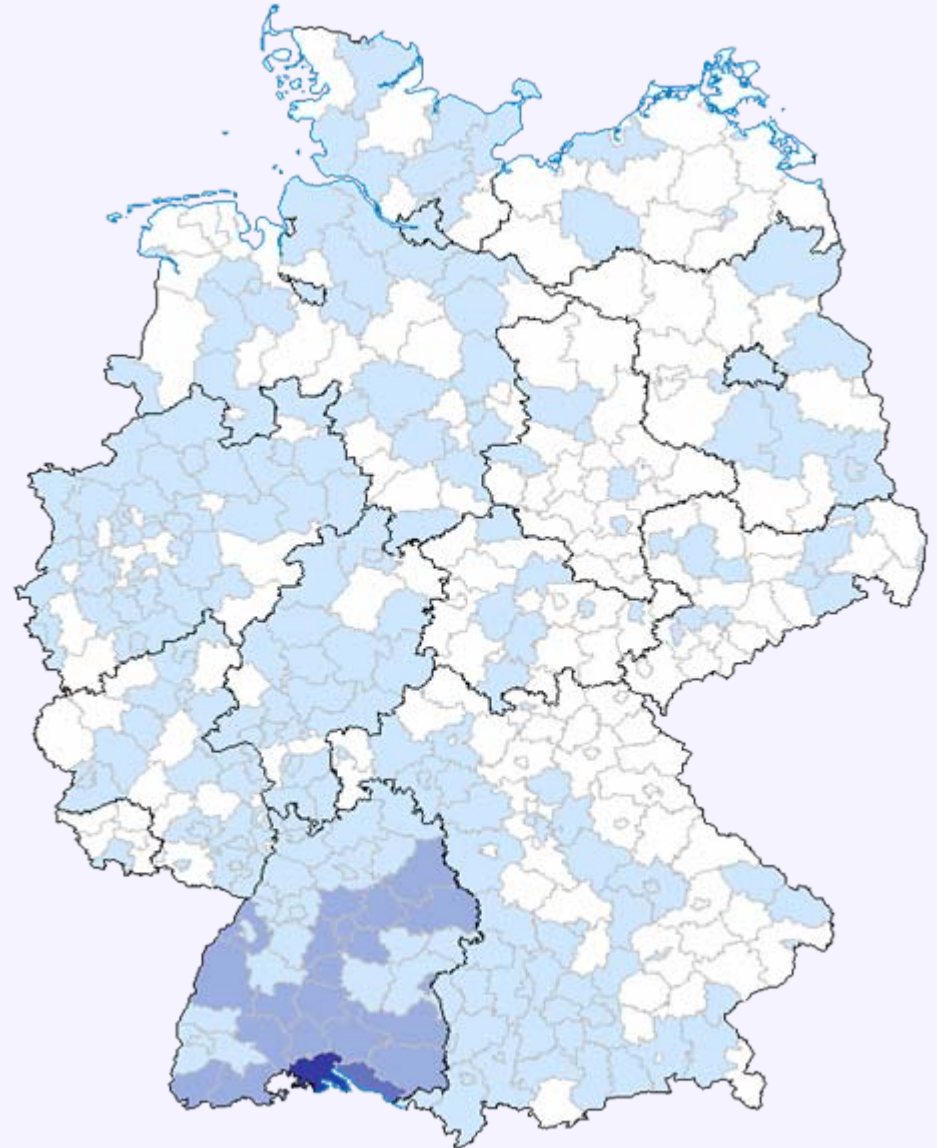
StudienanfängerInnen im
Studienjahr 2005
(Bildungsinländer): 1.757

Stärkste Kreise

Kreis Konstanz: 12,3% (216)
Bodenseekreis: 6,7% (118)
Kreis Ravensburg: 4,7% (82)
Schwarzwald-Baar-Kreis: 3,5% (61)
Kreis Tuttlingen: 3,2% (56)

Stärkste Länder

Baden-Württemberg: 74,2% (1.304)
Bayern: 7,8% (137)
Nordrhein-Westfalen: 4,7% (83)



Einzugsstrukturen nach Klassen

Lightest Blue	0,01% bis unter	1,00%
Light Blue	1,00% bis unter	5,00%
Medium Blue	5,00% bis unter	10,00%
Dark Blue	10,00% bis unter	20,00%
Darkest Blue	20,00% und mehr	

Einzugsstruktur HS für Technik Stuttgart

StudienanfängerInnen im
Studienjahr 2005 insgesamt
(Bildungsinländer): 381

Stärkste Kreise

Stuttgart (Stadt): 18,6% (71)

Kreis Böblingen: 7,5% (29)

Rems-Murr-Kreis: 6,3% (24)

Kreis Esslingen: 6,1% (23)

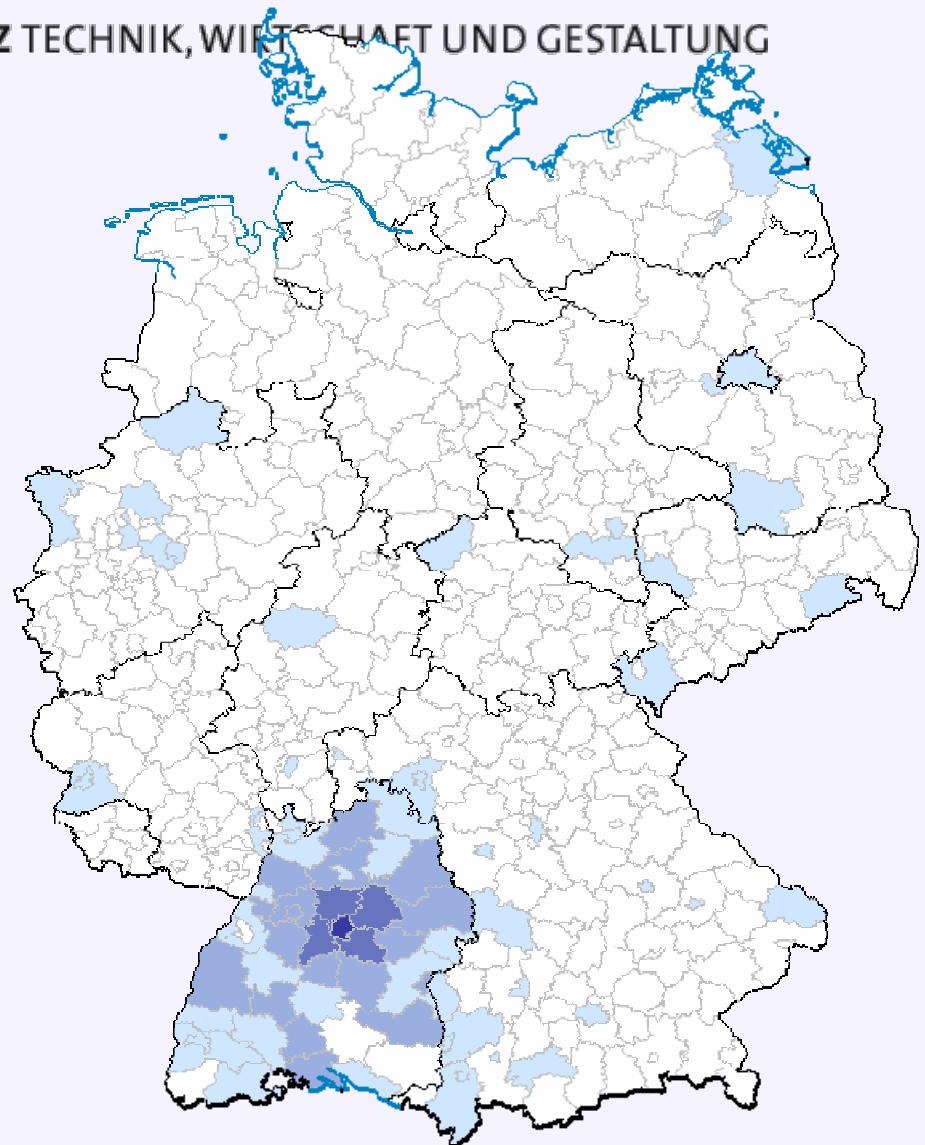
Kreis Ludwigsburg: 5,5% (21)

Stärkste Länder

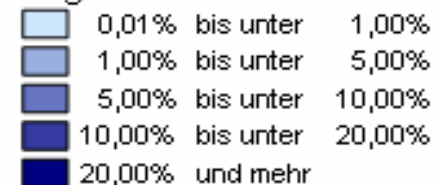
Baden-Württemberg: 87,6% (334)

Bayern: 5,8% (22)

Nordrhein-Westfalen: 1,6% (6)



Einzugsstrukturen nach Klassen



Einzugsstruktur HTWG Konstanz

Anzahl der StudienanfängerInnen im
Studienjahr 2005 an der HTWG
Konstanz insgesamt
(Bildungsinländer): 706

Stärkste Kreise






1. Kreis Konstanz: 22,0% (155)
2. Bodenseekreis: 6,3% (45)
3. Kreis Waldshut: 5,1% (36)
4. Kreis Tuttlingen: 5,0% (35)
5. Schwarzwald-Baar-Kreis: 3,9% (28)

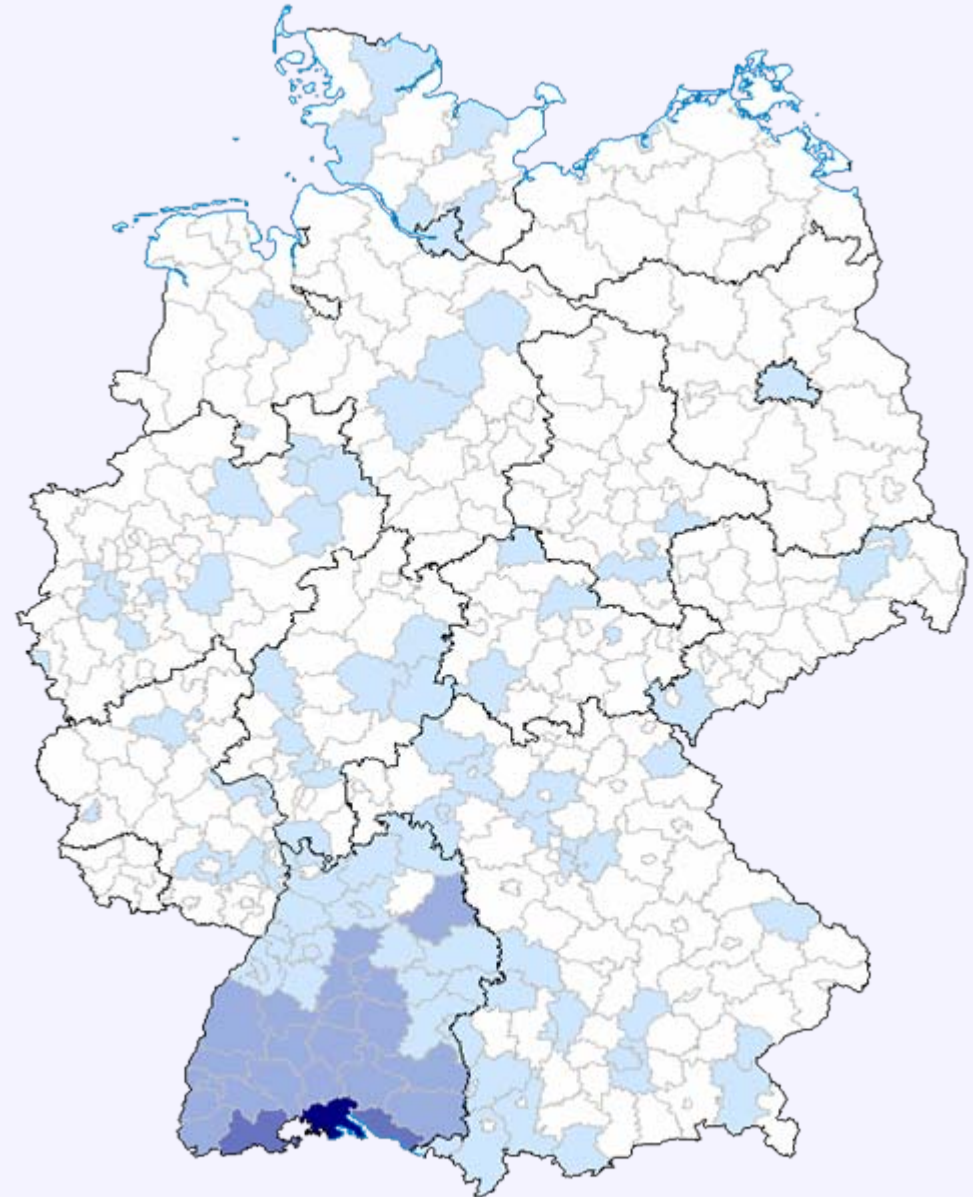
StudienanfängerInnen insgesamt
(inkl. Bildungsausländer): 756 (50)

Stärkste Länder

1. Baden-Württemberg: 85,5% (604)
2. Bayern: 5,1% (36)
3. NRW: 2,1% (15)
4. Rheinland-Pfalz: 1,3% (9)

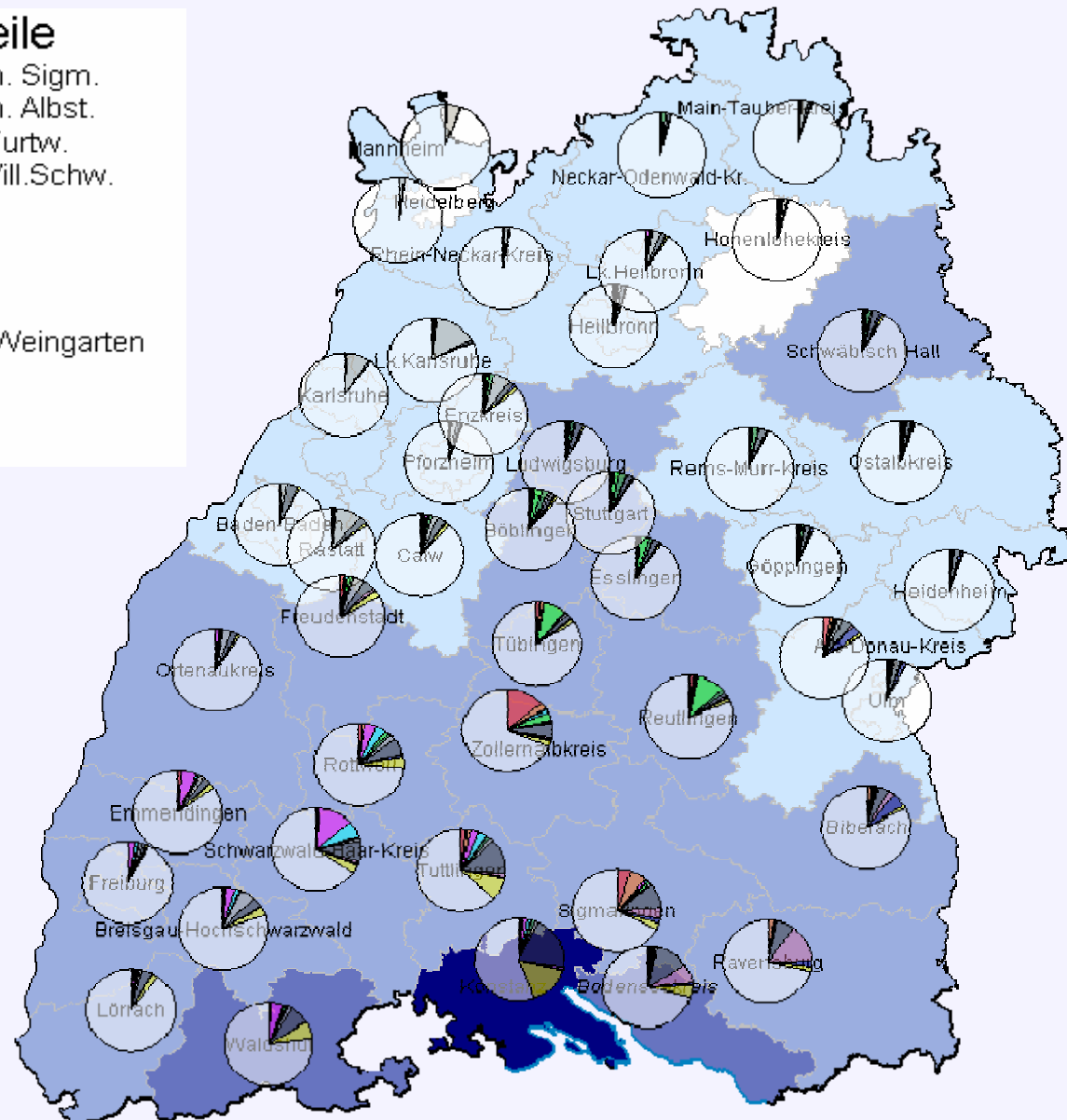
Einzugsstrukturen nach Klassen

	0,01% bis unter	1,00%
	1,00% bis unter	5,00%
	5,00% bis unter	10,00%
	10,00% bis unter	20,00%
	20,00% und mehr	



Marktanteile

- FH Albstadt-Sigm. Sigm.
- FH Albstadt-Sigm. Albst.
- FH Furtwangen Furtw.
- FH Furtwangen Vill.Schw.
- FH Reutlingen
- FH Stuttgart
- FH Karlsruhe
- Uni Konstanz
- FH Ravensburg-Weingarten
- FH Biberach
- HTWG Konstanz
- REST



Kreise mit hohen Marktanteilen

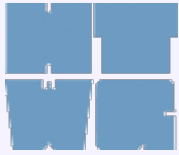
Kreis	Anteil HTWG (%)	HZB gesamt
Bodenseekreis	4,8	942
Breisgau Hochschwarzwald	3,3	395
Emmendingen	2,0	445
Freudenstadt	2,8	362
Konstanz	14,8	1048
Lörrach	2,4	480
Rottweil	4,5	495
Schw.-Baar-Kreis	3,5	804
Tuttlingen	8,8	399
Waldshut	6,9	528
Zollernalbkreis	1,9	708

Potenzial-Gruppen

Gruppe		Trefferverteilung
		g
A	> 1.500	0
B	> 1.000 bis 1.500	1
C	> 500 bis 1.000	4
D	< 500	6

Kreise mit hohem Potenzial

Kreis / kreisfreie Stadt	Gruppe	Anfänger-potenzial	Anfänger-Anteil HTWG
Stuttgart (Stadt)	A	2.626	1,73
Freiburg (Stadt)	A	1.621	1,30
Ortenaukreis	B	1.415	1,73
Ravensburg	B	1.219	3,46
Konstanz	B	1.048	22,33

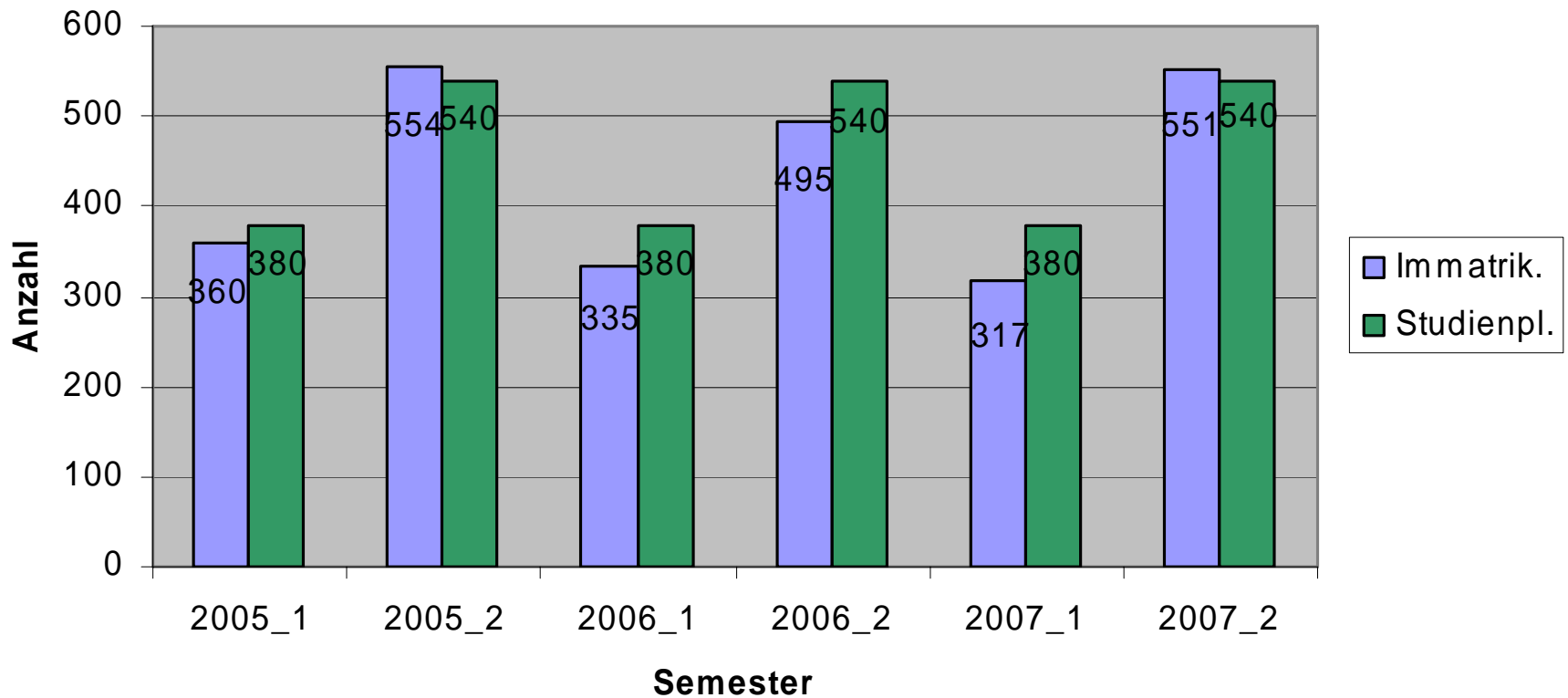


Fazit Einzugsstrukturen

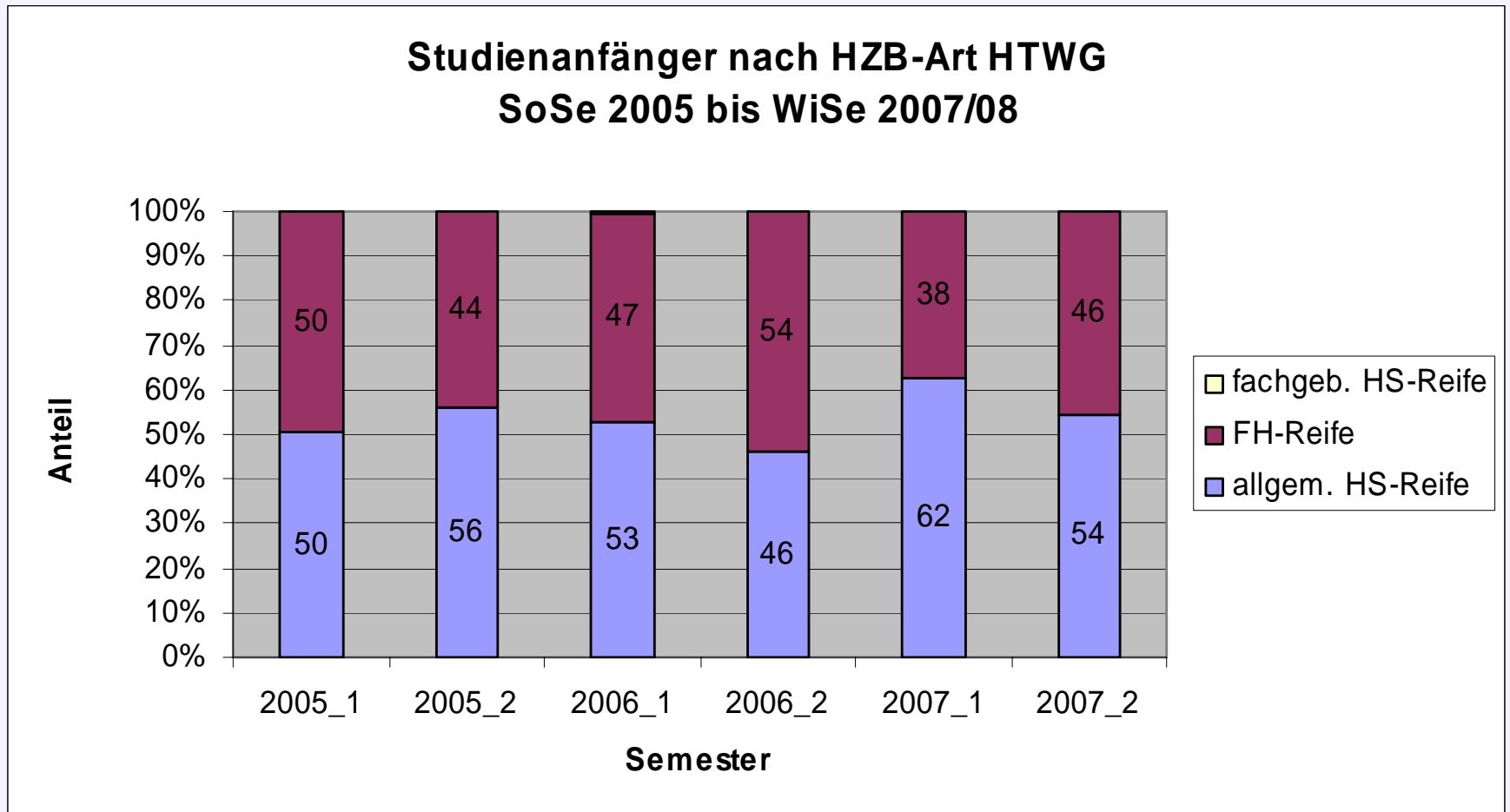
- Die HTWG ist eine regionale Hochschule ohne Einzugsgebiet im Süden
- Die Bedeutung der HTWG als Destination konzentriert sich auf den Süd-Westen von Baden-Württemberg.
- Die Anfängerpotenziale in diesen Kreisen sind vergleichsweise gering.
- Für das künftige Marketing könnten wesentliche Zielkreise sein: Stuttgart, Freiburg, Ortenaukreis, Ravensburg und Konstanz.
- Nur im Landkreis Konstanz hat die HTWG bezogen auf diese Kreise derzeit einen erheblichen Marktanteil.

Auslastung Hochschulebene

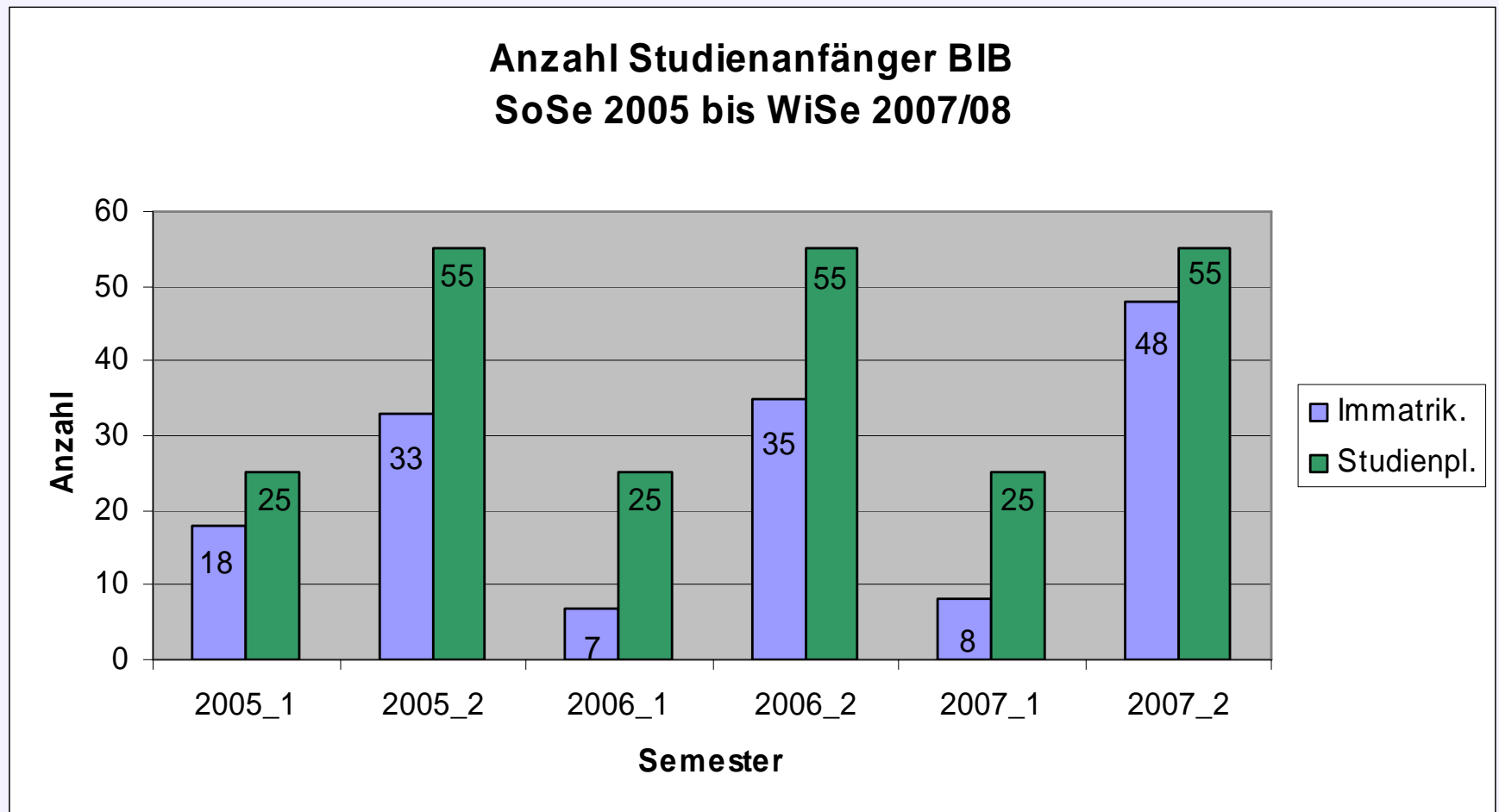
**Anzahl Studienanfänger HTWG
SoSe 2005 bis WiSe 2007/08**



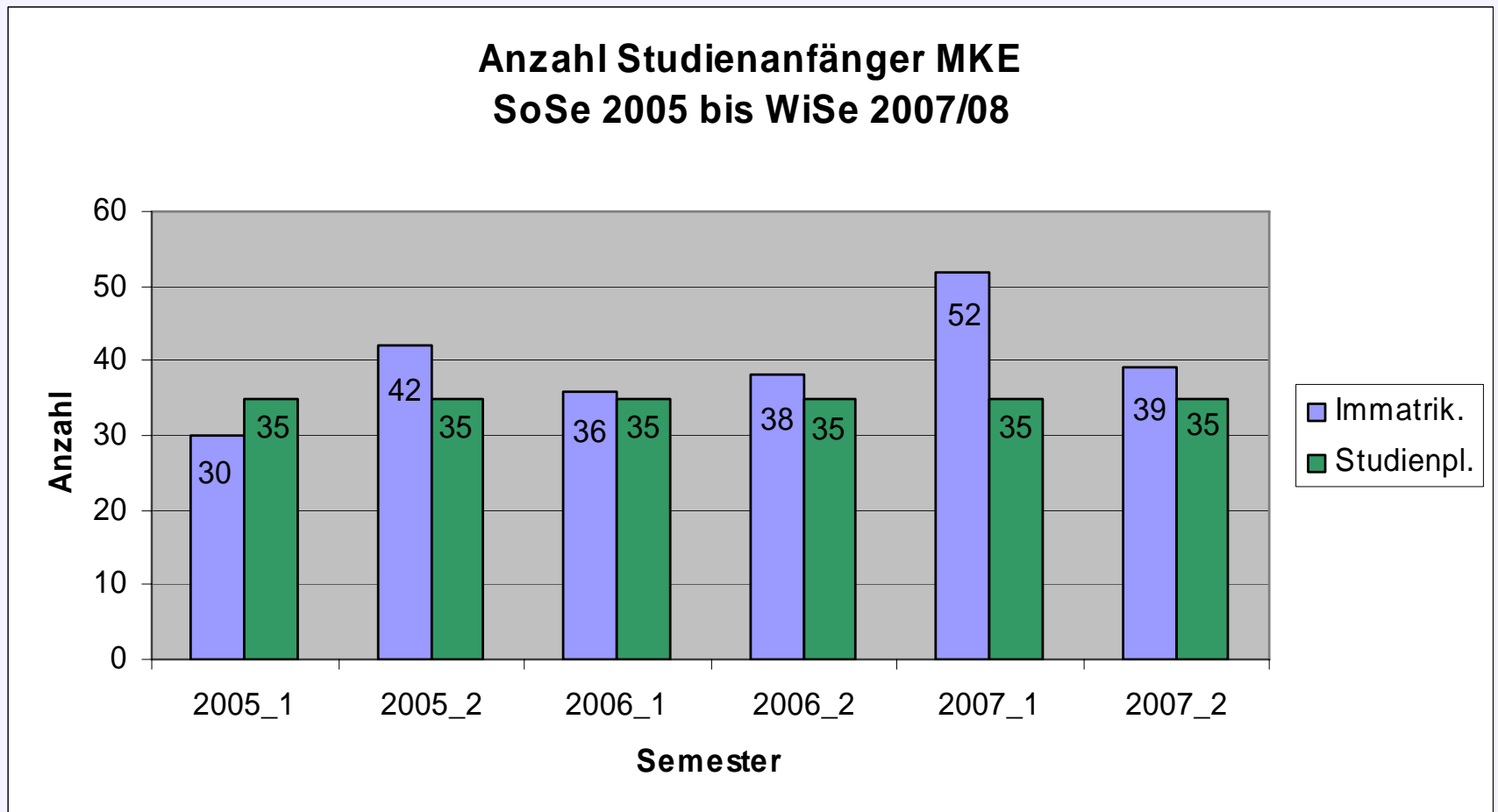
Art der Hochschulzugangsberechtigung



Beispiel Bauingenieurwesen

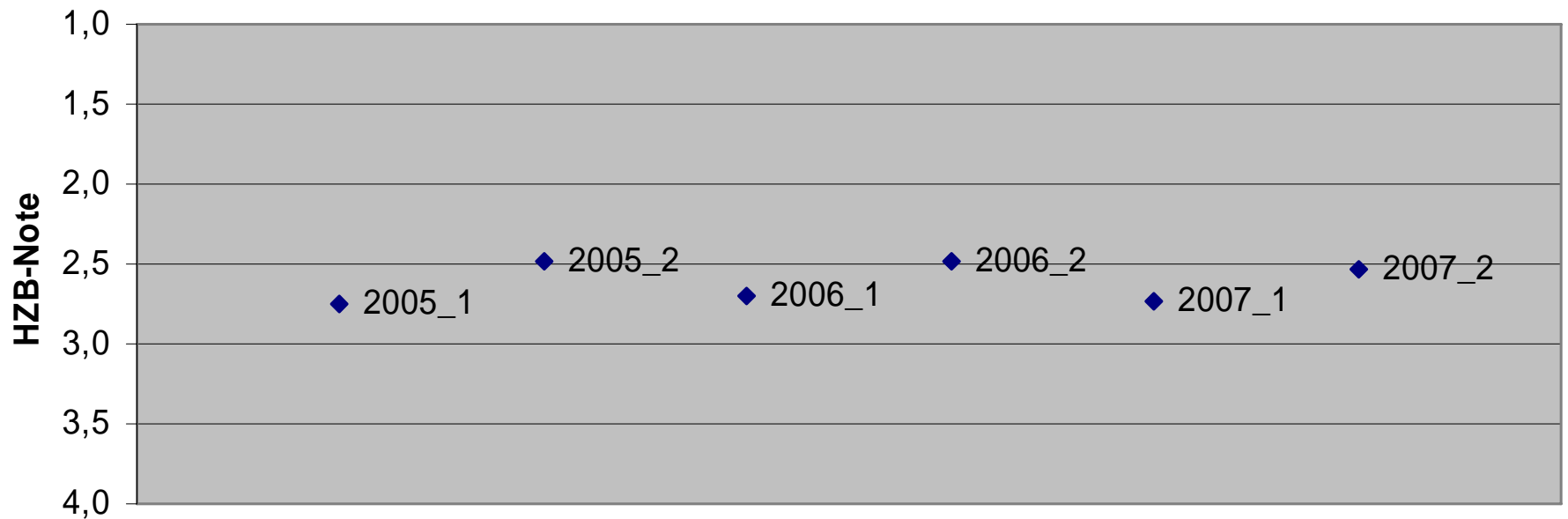


Beispiel Maschinenbau Konstruktion und Entwicklung



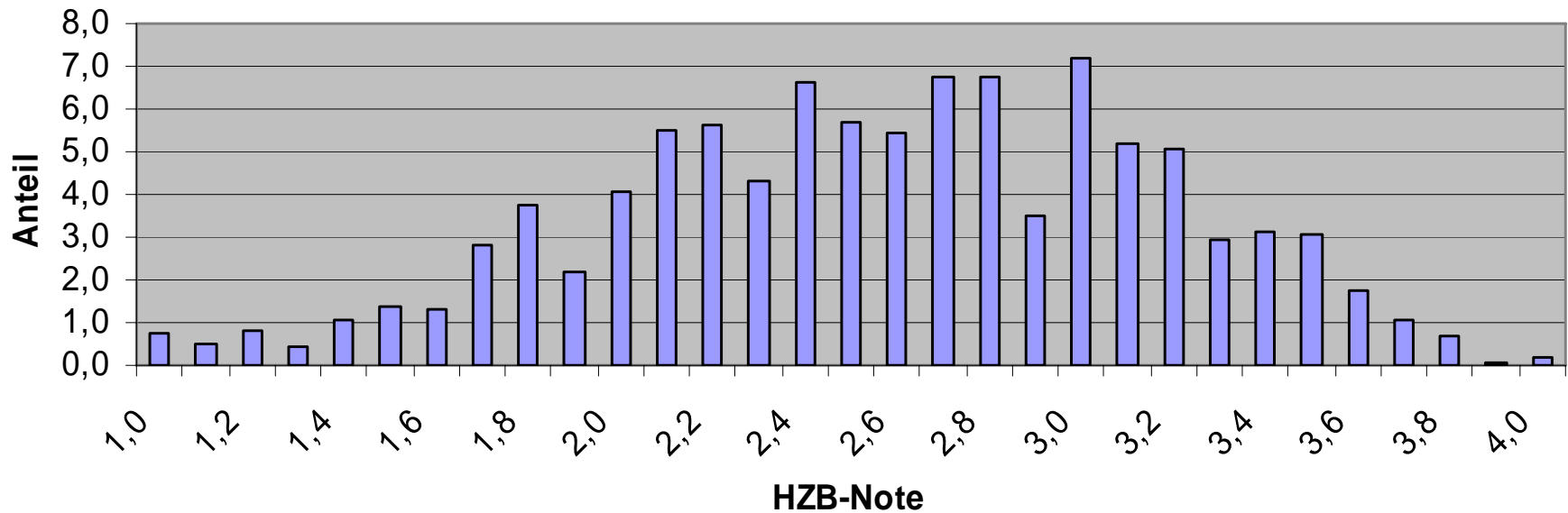
HZB-Note auf Hochschulebene

**Durchschnittliche HZB-Note HTWG
SoSe 2005 bis WiSe 2007/08**

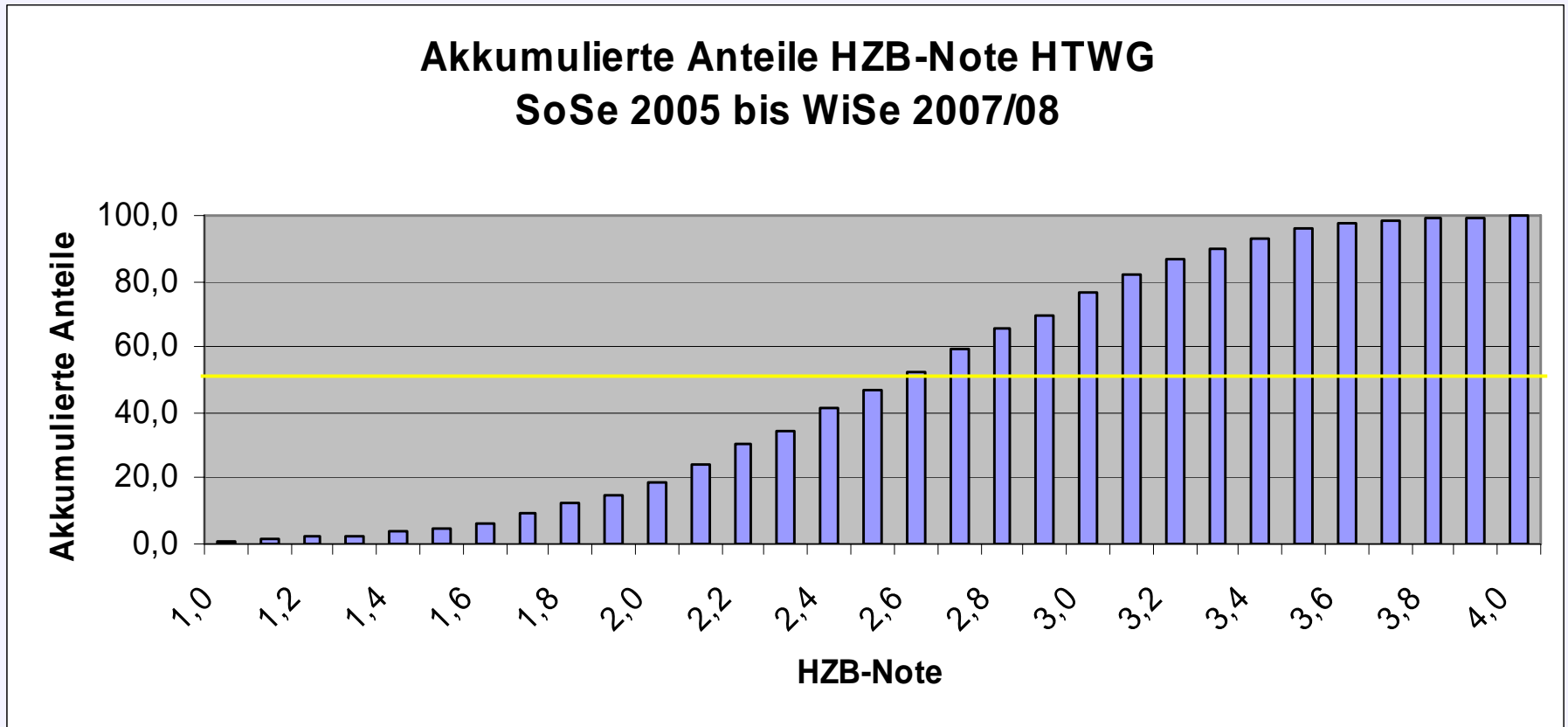


HZB-Verteilung auf Hochschulebene (1)

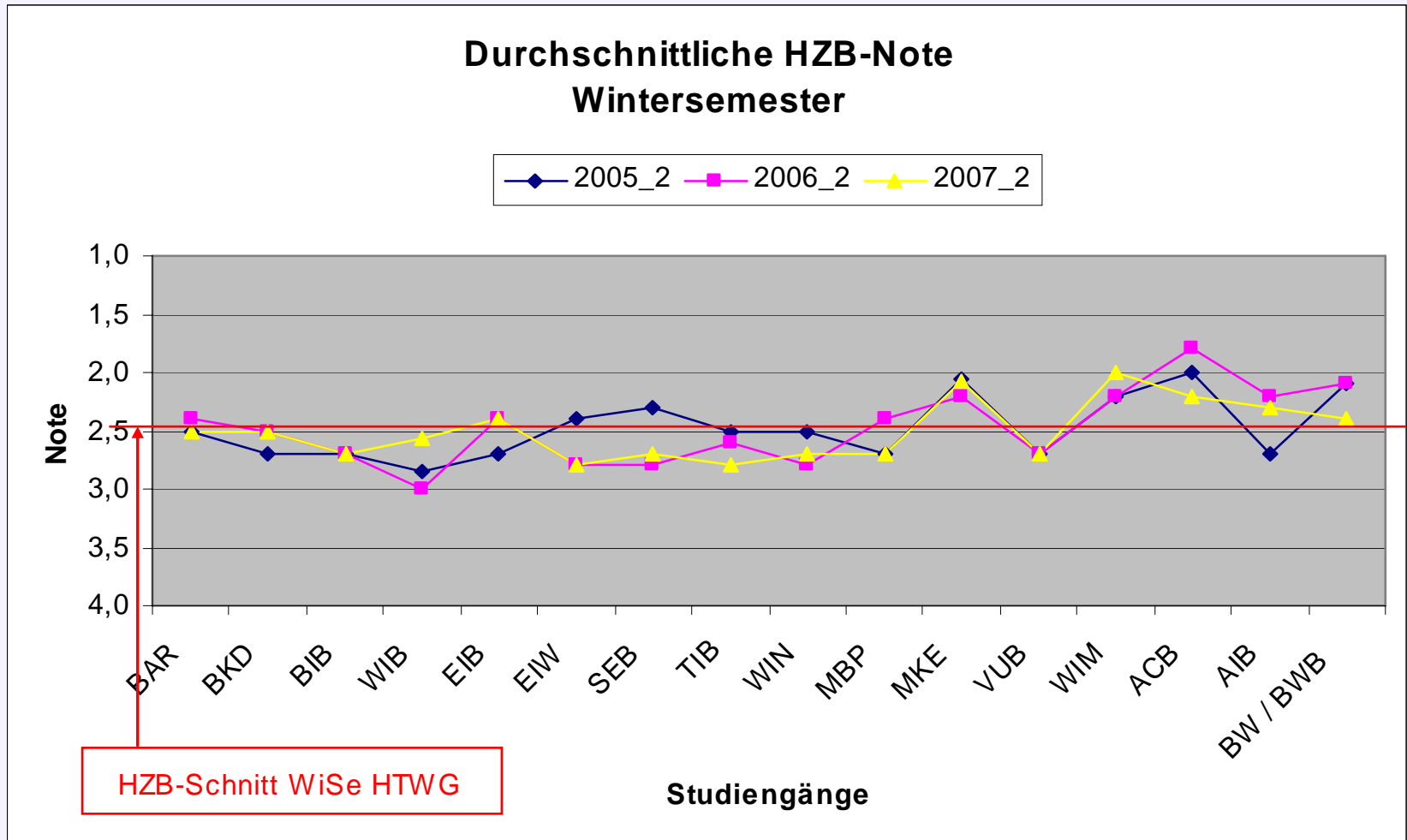
**Studienanfänger HTWG nach HZB-Note
SoSe 2005 bis WiSe 2007/08**



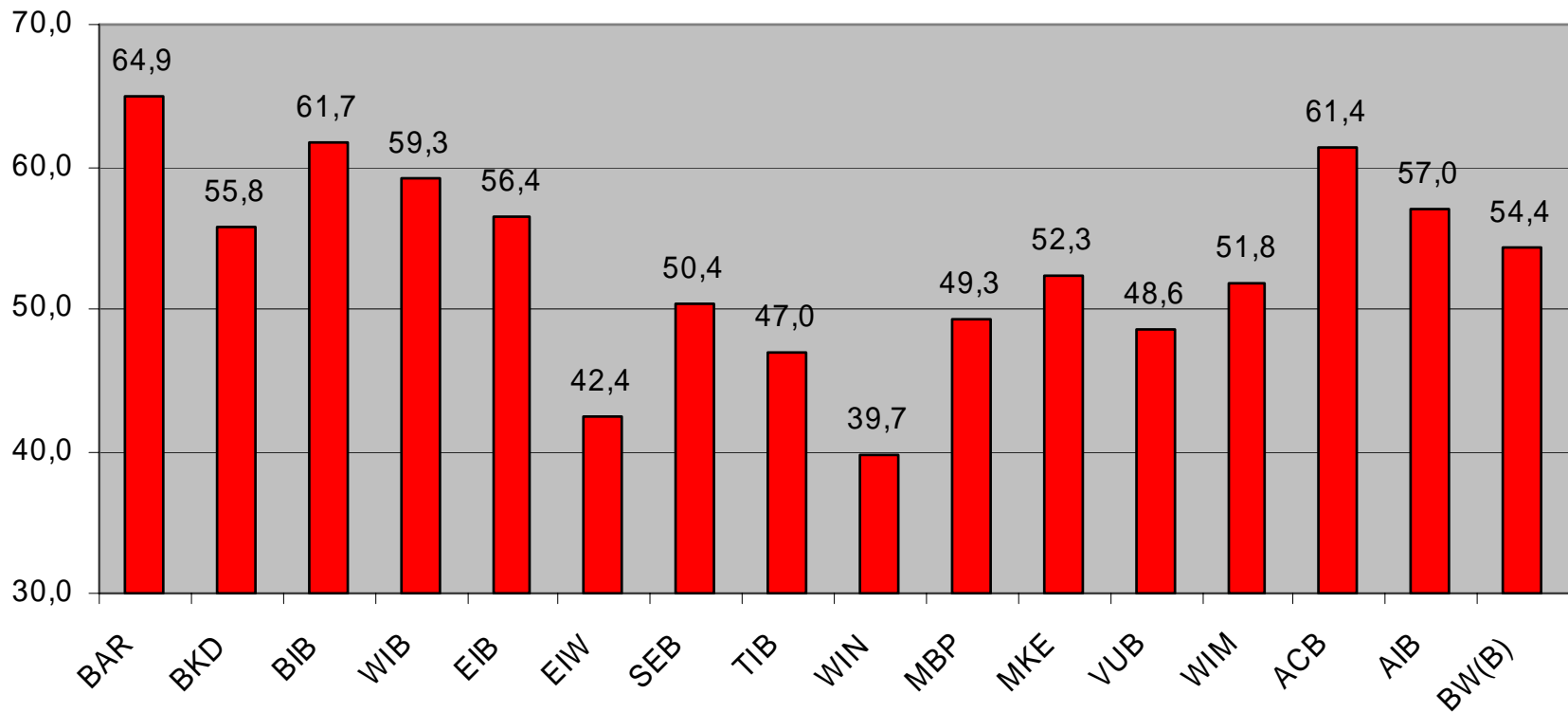
HZB-Verteilung auf Hochschulebene (2)



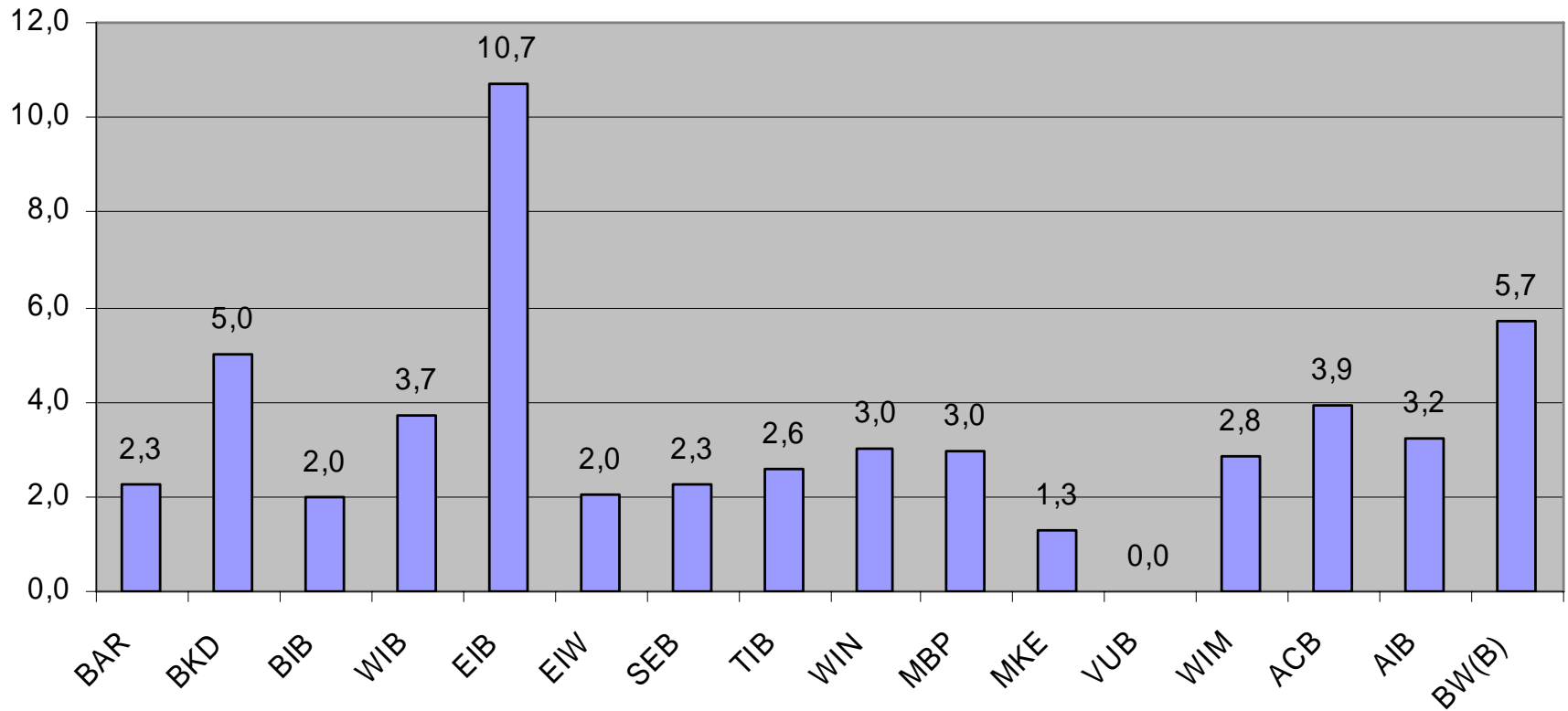
Übersicht HZB-Schnitt Studiengänge



Anteil Abiturienten HTWG in Prozent



Anteil Bildungsausländer HTWG in Prozent



Fazit

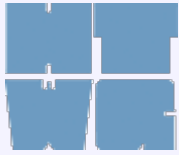
- Schulen, die zur FH-Reife ausbilden sind wesentliche Zielschulen für das Anfängermarketing.
- Der HZB-Notenschnitt ist verbesserungswürdig. Dies geht nur über mehr Bewerber (Bekanntheit, Attraktivität).
- Die Ausgangsposition für gute Absolventenquoten ist nicht optimal.
- Die Studiengänge unterscheiden sich. Ziele und Entwicklungsvorstellungen müssen auf Studiengangsebene diskutiert werden.
- Erweiterungen des Studiengangsportfolios haben zu einer Verbesserung der Situation auf Hochschulebene geführt.



HOCHSCHULE KONSTANZ TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

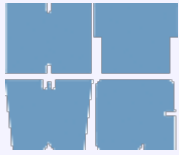
Ansatzpunkte für das Marketing (in der Diskussion)





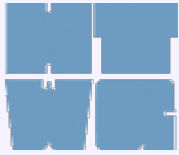
Ansatzpunkte für das Marketing

- Regionale Bedeutung akzeptieren und innerhalb der Einzugsstruktur Zielkreise definieren.
- Ansatz scheint geeignet, um Ist- und Soll-Profile zu erstellen. Er dient der Analysefähigkeit und kann Zieldefinitionen fundieren.
- Betrachtung des Timings (Informationsprozess bis zur Zulassung)



Ansatzpunkte für das Marketing (2)

- Unterschiedliche Zielstellungen deuten sich an:
 - Erhöhung der Bewerberzahlen, um Auslastung und Auswahl zu ermöglichen
 - Optimierung der Studienbedingungen angesichts der gemischten Klientel
- Mögliche Profilierung der Hochschule über den Anspruch mit Bildungsleistungen sozialen Aufstieg zu ermöglichen.



Weiteres Vorgehen (1)

- Ergänzung der Daten
(Bewerberquote und Annahmequote)
- Prozessdefinition für Datenfortschreibung
(akademisches Berichtswesen)
- Einspeisen der Daten und Analysen in die
Fakultätskonzepte und Imagearbeit

Weiteres Vorgehen (2)

- Ableitung eines gestuften Informationsmodells und entspr. Materialien

