



**BERICHTERSTATTUNG 2015**  
**MEDIEN, KOMMUNIKATION UND MARKETING**

# Projekte 2015

## MEDIENZENTRUM

### Qualitätssicherungsmaßnahmen

- Erfassung der Aufträge mit Projektnummer
- Zeiterfassung für jedes Projekt pro Mitarbeiter
- Regelmäßiger Qualitätskreislauf (letzte Durchlauf Dezember 2014)
- Erfassung ausgewählter Prozesse im Prozessportal
- Erstellung Leistungskatalog
- Evaluation der Auftragsannahme

### Durchgeführte Projekte im Bereich Print/Internet

- Konzeption, Content Management, Redaktion und Umsetzung der zentralen Universitätswebseiten (kontinuierlich)
- 6 Anzeigen
- 13 Aufsteller, Wegweisung, Leitsysteme
- 1 Corporate Design Grundausstattung
- 2 Corporate Design Basiselemente
- 7 Projekte Dokumente, Formulare & Urkunden
- 104 Flyer, Einladungen und Grußkarten
- 1 Freie Illustration
- 4 Karte, Plan, Gelände, Stadtraum
- 5 Geschäftsausstattung
- 6 Grafische Elemente
- 2 Illustration Information, Didaktik, Wissenschaft
- 18 Internet, Webdesign, Screendesign
- 10 Internet-Anzeigen, Werbebanner
- 13 Konzeptionen
- 52 Plakatmedien
- 10 Postkarten
- 5 Präsentation, Vortrag, Lehre
- 16 Prospekte, Broschüren, Kataloge
- 12 Webprojekte im CMS umgesetzt
- 20 Werbemittel für Merchandising
- 1 Zeichen, Logo
- 2 Zeitschrift, Zeitung
- 12 Ausgaben interner Newsletter

### Video

- 15 Trailer
- 13 Wissenschaftsporträts
- 1 Campus TV Magazin
- 1 Animation
- 4 Imagefilme
- 1 Radio-Konzert
- diverse Vorlesungsmitschnitte
- 1 Lehrfilm

## ABTEILUNG PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- Redaktionelle Betreuung der Startseite der Universität
- Konzeption und Produktion des Forschungsmagazins „Guericke 15“ (neu, jährlich)
- Konzeption und Produktion des Flyers „Zahlen & Fakten“ (neu, deutschsprachig)
- Uni-Report (drei Ausgaben)
- Absolventenmagazin (Erscheinungsdatum: 14.11.2015)
- Sonderbeilage in der Braunschweiger Zeitung (vierseitig) „Wir machen Karrieren“ (Erscheinung im Mai/Juni), in Zusammenarbeit mit der Abteilung Medienzentrum und dem Bereich Studierendenmarketing
- Kampagne „Weltoffenheit und Toleranz“
- Redaktionelle Betreuung der zentralen Publikationen der OVGU
- Themenplanung und Agendasetting für die crossmediale Presse- und Medienarbeit
- Recherche, Verfassung und Versand von 111 Pressemitteilungen
- Bereitstellung von Footage-Material für Redaktionen und Medien
- Zusammenstellung und Versand des internen Pressespiegels (täglich)
- Themenplanung und redaktionelle Betreuung zur wöchentlich erscheinenden Campusseite der Volksstimme (überregional)
- Redaktionelle Betreuung der Startseite der Universität und Betreuung der Social-Media-Kanäle Twitter und Facebook
- Mediaplanung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu allen von MKM verantworteten Veranstaltungen

## ABTEILUNG RELATIONSHIP MANAGEMENT

### Alumniarbeit

- Weiterentwicklung und Durchführung des Alumni-Wochenendes vom 29. bis 30.05.2015
- Absolventenverabschiedung: Koordination der dezentralen Veranstaltungen sowie Überarbeitung und Durchführung der zentralen Verabschiedung am 14.11.2015
- Erstellung und Versand eines Alumni-Newsletters
- Unterstützung bei der Durchführung von 9 Ehemaligentreffen (März bis Oktober)
- Veranstaltungen zur Berufsorientierung unter Einbeziehung relevanter Alumni
- Unterstützung bei der Recherche von Kommilitonen und Absolventen der OVGU (11 Recherchen)
- Mitverantwortung bei der Neuanschaffung eines CRM-Systems zur Verwaltung von Kundendaten

### **Career Service**

- Bewerbungsmappencheck und individuelle Beratung/Betreuung nationaler und internationaler Studierender bei der Karriereplanung
- Konzeption, Organisation und Durchführung der KarriereStart-Reihe (12 Veranstaltungen) in Kooperation mit Unternehmensvertretern
- Firmenexkursionen (4 Unternehmensbesuche)
- Zielgruppenspezifische Beratung und Betreuung der Unternehmen bei der Suche nach Nachwuchskräften
- Entwicklung und Durchführung geeigneter Formate und Veranstaltungen zur Vernetzung der Studierenden und der regionalen Wirtschaft (Praktika in der IT-Branche,...)
- Entwicklung des neuen Veranstaltungsformates „Karriere-Café“ zur frühzeitigen Sensibilisierung der Studierenden für die Vernetzung mit Praxispartnern

### **Stipendien**

- Durchführung zweier Vergaberunden zum nationalen Stipendienprogramm (73 Studierende aktiv in der Förderung)
- Deutschlandstipendium: Urkundenvergabe zum SoSe 2015 am 28.04.2015
- Netzwerktreffen der Deutschland-Stipendiaten am 06.05.2015
- Netzwerktreffen zum nationalen Stipendienprogramm und Urkundenvergabe zum WiSe 2015/16 am 24.11.2015
- Erarbeitung eines Stipendienkonzeptes in Kooperation mit der Wirtschaft als alternatives Format zum Deutschlandstipendium und Modellen des dualen Studiums

### **Duales Studium**

- Mitarbeit an der Messe „Wegweiser der IHK“ zur Bekanntmachung des Dualen Studienangebotes in Sachsen-Anhalt
- Beratung und Betreuung der dual Studierenden und kooperierenden Unternehmen zur Durchführung des Studiums und zur Weiterentwicklung des dualen Studiums an der OVGU
- Koordination und Durchführung von Treffen der dual Studierenden (2 Treffen)
- Sponsoring/Kooperationen
- Arbeit an einem Sponsoring-Konzept mit den Schwerpunkten Employer Branding und Recruiting
- Übernahme bestehender Sponsoring- und Kooperationsaktivitäten, Aktualisierung der Verträge sowie Evaluation und inhaltliche Neugestaltung in Absprache mit den Partnern
- Gewinnung neuer Kooperationspartner

### **BEREICH EVENTMANAGEMENT**

- Meile der Demokratie am 17.01.2015
- Streitbar am 26.03.2015
- RoboCup vom 24. bis 26.04.2015
- 1. Israeltag am 29.04.2015
- Campus Day am 30.05.2015
- 10. Lange Nacht der Wissenschaft am 30.05.2015
- WAVE am 15.06.2015 in Zusammenarbeit mit Bereich Studierendenmarketing
- IdeenExpo im Hannover vom 04. bis 12.07.2015
- Uni-Ball am 27.06.2015
- 10. BigBand-Nacht am 07.07.2015
- Firmenstaffellauf am 09.07.2015
- Willkommenstag am 08.10.2015 (Neukonzeption und Umsetzung Immatrikulationsfeier)
- Parlamentarier Abend der OVGU (Konzeption und Organisation, kurzfristig ausgefallen)
- Akademischer Festakt am 19.11.2015 (Neukonzeption und Umsetzung)
- Verabschiedung des Kanzlers am 17.12.2015
- Betreuung der Klangkörper und Organisation der Auftritte
- Betreuung des Uni-Shops
- Konzeption und Umsetzung der Angebotspalette im Bereich Uni-Shop/Merchandising/Give Aways
- Analyse und Vorbereitung eine Werbeflächenkonzeptes in Zusammenarbeit mit der FWW
- Überarbeitung des Konzeptes zur Ehrung der Preisträger des akademischen Festaktes, inklusive Anpassung der Dokumentenvorlagen

### **BEREICH STUDIERENDENMARKETING**

#### **Kinder-Uni Magdeburg**

- Quartalsweise durchgeführte Vorlesungen (zwei pro Termin)
- Konzeption und Durchführung einer Vorlesung zur Integration von Flüchtlingskindern
- Projekttag für Grundschüler erstmalig am 12.11.2015 (Neukonzeption und Umsetzung)

#### **MINT-Praktika**

- MINT-Camp zum Campus Day am 30.05.2015
- MINT I – studienorientierendes Praktikum (drei Wochen im Sommersemester)
- MINT II – studienorientierendes/ studienvorbereitendes Praktikum (acht Wochen nach dem Abitur)
- MINT I & MINT II: Betreuung von ca. 20 Studieninteressenten

### **Veranstaltungen/Aktionen**

- Zukunftstag am 23.04.2015
- Koordination der Werbetour zur Ankündigung des Campus Day in Zusammenarbeit mit dem Bereich Eventmanagement
- Organisation einer Veranstaltung im Rahmen des Bürgerdialogs der Bundesregierung zum Thema „Gut leben in Deutschland – Was uns wichtig ist“ am 04.05.2015
- Social-Media: Whats-App-Aktionen im Rahmen der Kampagne „Mein Campus“ vom 04. bis 13.05. und vom 09. bis 23.09 in Kooperation mit K3
- Technik-Sommer-Camp vom 29.06. bis 03.07.2015 (25 Teilnehmer)
- Last-Minute-Studieninformationstag am 25.08.2015 (90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer)

### **AG-Leitungen**

- Leitung der AG MINT (inneruniversitäre Arbeitsgruppe zur Vorbereitung zentraler Veranstaltungen im MINT-Bereich)
- Konzept zum Studierendenmarketing
- Analysen und Auswertungen der Zielgruppen der Studieninteressierten mit dem Fokus auf nationale Studierende (Befragungen im Rahmen des Campus Day (Erstellung im Bereich), Erstsemesterbefragung, Usability-Test (Nutzungsverhalten zu MINT-Angeboten an der OVGU im Rahmen der Kampagne Mein Campus))
- Etablierung einer inneruniversitären AG Studierendenmarketing zur Weiterentwicklung des Konzeptpapieres
- Beratung dezentraler Bereiche bei der Einführung/ Bewerbung neuer Studiengänge

# Geplante Projekte 2016 (Auswahl)

## MEDIENZENTRUM

### MEDIENPRODUKTION

#### Third Mission

- Informationsdarstellung Allgemeine im WWW (Universität, Campus & City, Uni und Gesellschaft)
- Informationsdarstellung Allgemein im WWW englisch

### FORSCHUNGSMARKETING

#### GUERICKE 2016 Print/ GUERICKE 2016 ePaper

#### Fakultätsflyer

#### Videoproduktion Forschungsschwerpunkte (ca. 7 Filme)

#### Wissenschaftlerportraits (ca. 10 Filme)

#### Forschungsdarstellung im WWW

#### Akademischer Festakt

- Mediale Veranstaltungsbegleitung (Übertragung, Videomischung, Aufbau, Abbau etc.)
- Akademischer Festakt (inkl. 5 Preisträgerfilme)
- Flyer, Antwortkarte, Plakat, Banner, Screen, Internet, Urkunden

### STUDIERENDENMARKETING

#### Informationsdarstellung zum Studienangebot

- Informationsdarstellung im WWW (Konzeption, Gestaltung, Rechtliches etc.)
- Programmierung Backend/Frontend
- Überarbeitung der Broschüre "Studieren an der OVGU"
- Studiengangsflyer (ca. 10)

#### Konzeption und Umsetzung neuer

#### Elemente zur Studierendengewinnung – PageFlow

- Themenfilme für geclustertes Studienangebot (7 Filme, Arbeitsaufwand 90 h/Film)
- Produktion von Trailern für die Veranstaltungsformate des Studierendenmarketings
- Filmproduktion neuer Promotion-Trailer (Uni-Trailer)
- Multimedialer Einstieg als Landingpage für Studieninteressenten

#### Informationsdarstellung zum Weiterbildungsangebot

- Datenbankgestützte Meldung von Programminhalten (Konzept, Gestaltung WWW und Print)
- Programmierung Backend/Frontend mit Externer Vergabe an Egotec
- Programmierung Backend/Frontend

#### Datenbankgestützte Anmeldefunktion für die Veranstaltungen

- Datenbankgestützte Anmeldefunktion für Zukunftstag (Konzept, Rechtliches)

- Programmierung Backend/Frontend
- Datenbankgestützte Anmeldefunktion für Alumniwochenende (Konzept, Rechtliches)
- Programmierung Backend/Frontend

#### Informationsdarstellung für Veranstaltungen (Adaption des Systems für Wissenschaftliche Weiterbildung)

- Datenbankgestützte Meldung von Programminhalten (Konzept, Rechtliches)
- Programmierung Backend/Frontend Zukunftstag
- Programmierung Backend/Frontend Adaption Campus Day

#### Willkommenstag/Immatrikulation

- Grafikdesign Einladung, Plakate, Banner, T-Shirts Immafeier, WWW
- Stagemanagement, Agenturbooking
- Mediale Veranstaltungsbegleitung (Übertragung, Videomischung, Aufbau, Abbau, Schnitt etc.)
- Immatrikulationsunterlagen Infoblatt Studicard Englisch, Deutsch. Einführungswoche, Studierendenausweis

#### Campus Day

- Ausschreibung, Programmheft, Plakate, Banner, Mearchandising
- Mediale Veranstaltungsbegleitung (Übertragung, Videomischung, Aufbau, Abbau etc.)

#### Studierendenmarketing International

- Informationsangebot für Internationale Zielgruppen
- International Day
- Willkommenswoche

#### DocDay

### RELATIONSHIP MANAGEMENT

#### Einführung eines softwaregestützten

#### Beziehungsmanagement CRM

- Formulierung Pflichtenheft Expertise MKM
- Ausschreibung
- Umsetzung

#### Firmenkontaktmesse

- Mediale Veranstaltungsbegleitung
- Plakate, Flyer, Banner

#### Feierliche Absolventenverabschiedung

- Einladung, Plakat, Anzeige, Uni:report spezial, Mappen, Eintrittskarten, Screen, Internet
- Portraits für Absolventenverabschiedung (4 Filme)

#### *UNTERSTÜTZUNG VON STUDIUM UND LEHRE*

- Mediasite (ca. 5 Vorlesungen à 2 h pro Woche, 30 Wochen pro Jahr)

#### *INTERNE KOMMUNIKATION*

Newsletter für Mitarbeitende Monatlich

#### *DIENSTLEISTUNGEN FÜR DEZENTRALE ANSPRUCHSGRUPPEN WIE FAKULTÄTEN, LEHRSTÜHLE, INSTITUTE*

#### *WWW*

- SEO Optimierung

#### *MEDIENWERKSTATT*

- Konzeptionelle Entwicklung und Koordination von Angeboten zur Vermittlung von medienpraktischen und journalistischen Kompetenzen innerhalb der Universität
- Durchführung eigener Seminar-, Schulungs- und Beratungsangebote am audiovisuellen Medienzentrum:
- Sommersemester 2016 (8 Semesterwochenstunden): Audiovisuelle Medienproduktion, Visuelle Theorie, Theorie und Praxis der Filmmontage
- Koordination und Betreuung studentischer Medienprojekte, wie Campus-TV und Campus-Radio (Guericke FM) unter Berücksichtigung technischer und gestalterischer Aspekte der Medienproduktion

#### **ABTEILUNG PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

#### *WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION*

- Redaktion und Herausgabe des Forschungsmagazins GUERICKE 2016/e-paper
- Mitarbeit bei der Videoproduktion der Forschungsschwerpunkte (7Filme)
- Redaktionelle Mitarbeit am Webauftritt der Uni und Forschungspräsentation
- Presse- und öffentlichkeitswirksame Begleitung der Langen Nacht der Wissenschaft 2016
- Aktualisierung Publikationskonzept und Erstellung von Prozessketten
- Neukonzeptionierung der Fakultätsflyer
- Herausgabe Absolventenreport 2016
- Weiterentwicklung der Online-Präsenz PÖ
- Redaktionelle Betreuung von MKM verantworteten online- und offline Publikationen
- Presse- und öffentlichkeitswirksame Begleitung der Veranstaltungen des Studierendemarketings (Messen, Infotage) und Eventmanagements (Campus

Day, Lange Nacht) und Relationshipmanagements (Alumniverabschiedung, Deutschlandstipendien)

- Anzeigenkonzeption, Ausschreibung und Schaltung für Image-Anzeigen für Forschung, Lehre, Internationalität
- Erweiterung und Pflege der Kommunikation in den sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat)
- Neukonzeptionierung bzw. Erstellung und Contentpflege von Landingpages für wiederkehrende Veranstaltungen wie Campus Day, Lange Nacht, Akademischer Festakt)
- Aufbau und Pflege einer Expertendatenbank der OVGU im Netz
- Konzeption und Versendung eines Veranstaltungs-NL (gemeinsam mit MED)
- Entwicklung und ständige Aktualisierung einer Power-Point-Präsentation zur Imagebildung der OVGU
- Neukonzeption der Imagebroschüre der OVGU
- Zahlen & Fakten-Flyer (englischsprachige Version)
- Neukonzeptionierung des Newsletters/Uni-Reports zur crossmedialen, internen Kommunikation
- Aktualisierung fakultätsspezifischer Expertenlisten zu gesellschaftsrelevanten Themen

#### **ABTEILUNG RELATIONSHIP MANAGEMENT**

- Evaluation und Weiterentwicklung der bisherigen Formate und Veranstaltungen der Abteilung
- Fertigstellung eines Alumni-Konzeptes für die OVGU
- Entwicklung eines Prozesses für die zielgruppenspezifische Kontaktpflege zu den Alumni
- Erarbeitung eines Werbeflächenkonzeptes für die OVGU auf Grundlage der empirischen Ergebnisse aus der FWW
- Aufnahme erster Studierender in das neu entwickelte Stipendienprogramm in Kooperation mit der Wirtschaft
- Weiterentwicklung des Prozesses zur Vergabe der Deutschlandstipendien
- Umsetzung des Konzeptes zum Veranstaltungsformat „Karriere-Café“
- Ausbau der bedarfsgerechten Beratung und Betreuung internationaler Studierender bei der Karriereplanung

#### **EVENTMANAGEMENT**

- StreitBar, 1 bis 2 mal jährlich
- Campus Day am 21.05.2016

- 11. Lange Nacht der Wissenschaft am 21.05.2016
- BigBand-Nacht
- Firmenstaffellauf
- Tag der Lehre
- Willkommenstag
- Parlamentarischer Abend
- Akademischer Festakt
- Betreuung der Klangkörper und Organisation der Auftritte
- Betreuung des Uni-Shops
- Konzeption und Umsetzung der Angebotspalette im Bereich Uni-Shop/Merchandising/Give Aways und Entwicklung einer neuen Textil-Produktlinie

## **STUDIENDENMARKETING**

- Zukunftstag am 28.04.2016
- Projektleitung für die Messe „Technik begeistert – Perspektive MINT“ am 29./30.04.2016

### **Kinder-Uni Magdeburg**

- Quartalsweise durchgeführte Vorlesungen (zwei pro Termin)
- Sondervorlesung im Rahmen der Messe „Technik begeistert – Perspektive MINT“ am 30.04.2016 (Messe Magdeburg, Elbauenpark)
- Weiterentwicklung des Projekttagess für Grundschulen

### **MINT-Praktika**

- MINT-Camp zum Campus Day am 21.05.2016
- MINT I – studienorientierend (drei Wochen im Sommersemester)
- MINT II – studienorientierend/studienvorbereitend (acht Wochen nach dem Abitur)
- MINT I & MINT II: Angebotspalette umfasst 26 Praktika-Stellen in den MINT-Fakultäten

### **Weitere Veranstaltungen/Aktionen**

- Routenplanung für die Road-Show zur Ankündigung des Campus Day (ab 31.03.2016)
- Technik-Sommer-Camp vom 13. bis 17.06.2016 (ca. 25 Teilnehmer)
- Konzeption und Durchführung des Campus Open Air (neues Format) gekoppelt an das Technik-Sommer-Camp vom 13. bis 16.06.2016 unter Einbeziehung weiterer Zielgruppen (Studierende, Schüler aus der Region, Mitarbeiter)
- Last-Minute-Studieninformationstag am 25.08.2016 in Kooperation mit K3

### **Konzept zum Studierendenmarketing**

- Fertigstellung eines Konzeptentwurfes zum

Studierendenmarketings bis Ende Mai

- Bildung einer AG Studierendenmarketing – internationale Studierende (StM, K6, RM, RS)
- Konzeption und inhaltliche Schwerpunktsetzung bei der Einführung neuer Elemente zur Studierendengewinnung „PageFlow“ (unter Berücksichtigung relevanter Zielgruppen im Studierendenmarketing)
- Ausbau von Serviceangeboten für die dezentralen Bereiche bei der Bewerbung ihres Studienangebotes in Zusammenarbeit mit RM und dem Kontaktpool aktueller und ehemaliger Studierender
- Entwicklung von Beratungsangeboten für die Fakultäten zu Marketing- und Veranstaltungsinstrumenten im Studierendenmarketing