

# Leitfaden

## *Studierendenmarketing*

### 1. Einleitung

Dieser Leitfaden soll Ihnen dabei helfen, mit der Expertise des *Teams Marketing: Studieninteressierte* und den anderen Teams von *MKM* das Marketing für Ihre Fakultät oder Ihren Studiengang professionell zu planen und umzusetzen. Wir wünschen uns eine Zusammenarbeit mit den Fakultäten, um ein einheitliches Bild nach außen zu schaffen und damit mehr Aufmerksamkeit und Reichweite für die **Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg** zu erzielen.

Das bedeutet:

Einheitlicher Look, einheitliche Botschaften, einheitliches Auftreten auf Events, eine gemeinsame Strategie.

Nur durch eine gemeinsame Strategie können wir die Universität Magdeburg erfolgreich präsentieren, die gewünschten Zielgruppen ansprechen und so mehr Studieninteressierte erreichen, um sie für die Studiengänge zu begeistern.

Wir stehen Ihnen gerne zur Seite und helfen bei der Umsetzung Ihrer Ideen.

Schreiben Sie dafür eine E-Mail an [studierendenmarketing@ovgu.de](mailto:studierendenmarketing@ovgu.de)



## 2. Zuständigkeiten und Zusammenarbeit

Dieser Abschnitt beschreibt die Aufgaben des Studierendenmarketings und der Fakultäten bzw. Einrichtungen an der Universität Magdeburg.

### *Zentrale Aufgaben des Studierendenmarketings:*

- Gewinnung von Studierenden für die Universität
- Imagebildung der Universität
- Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien
- Organisation zentraler Veranstaltungen
- Pflege und Verwaltung von Social-Media-Kanälen und zentralen Webseiten
- Erstellung und Verteilung von Werbematerialien
- Durchführung von Zielgruppenanalysen und Umfragen
- Aufbau und Pflege von Kooperationen und Partnerschaften

### *Unterstützungsleistungen des Studierendenmarketings:*

- Hilfe bei der Vermarktung von Studienangeboten
- Gemeinsame Zielgruppenanalyse und Ableitung von Maßnahmen
- Unterstützung bei der Organisation von dezentralen Veranstaltungen
- Beratung zu Online-Aktivitäten und Werbekampagnen
- Erstellung von zielgruppenspezifischen Info-Materialien
- Schnittstellenfunktion für die Öffentlichkeitsarbeit, Alumni, Eventmanagement

### *Zentrale Aufgaben der Fakultäten im Studierendenmarketing:*

- Lieferung von spezifischen Inhalten zu Marketingaktivitäten
- Vermittlung von Kontaktpersonen für Marketingaktivitäten
- Fachliche Ansprechpartner\*innen
- Durchführung von Angeboten bei zentralen Veranstaltungen, z. B. Studieninfotag, Schulprojektstage und andere Schulbesuche, Herbst-Uni u. a.
- Ideenfindung und unterstützende Konzeptleistungen
- Freigabe von Inhalten und Maßnahmen aus dem Studierendenmarketing

### 3. Maßnahmen in der Studierendenakquise

Mit vielfältigen Maßnahmen in der Studierendenakquise sorgt die Uni Magdeburg für Sichtbarkeit und Ansprache zukünftiger Studierender – online und offline. Die folgenden Punkte sind nur Auszüge der Möglichkeiten. Fakultäten können diese für sich adaptieren.

#### *Events:*

- Beteiligung an Messen und sonstigen Bildungsveranstaltungen
- Schulkontakte: OVGU an Schulen und Schulbesuche an der OVGU
- Beteiligung an zentralen Großveranstaltungen

#### *Digitale Präsenz und Werbung:*

- Google Ads und YouTube-Werbung
- Social Media Werbung
- Studienportale (Studieren.de, Studycheck.de, ZEIT-Studienportal)
- OVGU-Newsletter für Studieninteressierte
- Podcast- und Spotify-Werbung
- In-App Werbung

#### *Content-Marketing und Öffentlichkeitsarbeit:*

- Portraits von Studierenden und Absolvent\*innen
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

#### *Offline-Werbung:*

- Plakate, Banner, City-Light Poster
- Flyer, Postkarten und Broschüren
- Verkehrsmittelwerbung
- Radio-Werbung

#### *Print-Werbung:*

- ZEIT-Studienführer
- Werbung in der Lokalpresse und Abzeitungen

Weiterführende  
Infos auf OVGU  
E-Learning

Beispiele  
und Preise:



Scan or click ↑

## 4. Anfrage von Maßnahmen im Studierendenmarketing

Mit einem klaren Prozess und unserer Unterstützung sorgen wir gemeinsam für eine gezielte Ansprache und erfolgreiche Umsetzung Ihrer Ideen. Gerne beraten wir Mitarbeitende der Universität zu Maßnahmen im Studierendenmarketing und wie Sie am besten in der Planung und Umsetzung vorgehen. So können Fakultäten und Einrichtungen Maßnahmen anfragen:

*Wichtige Informationen bereitstellen:*



*Klarheit über die Kommunikationsstrategie:*

- Definieren Sie, welche Kanäle (z. B. Social Media, Print, Veranstaltungen) genutzt werden sollen und warum.
- Überlegen Sie, ob es eine bestehende Marketingstrategie gibt, die integriert werden kann. (z. B. zentrale Maßnahmen durch das Studierendenmarketing)

*Fristen und Freigabeschleifen beachten:*

- Fristen der Fakultät: Die Informationen sind von der Fakultät schnellstmöglich bereitzustellen.
- Fristen des Studierendenmarketings: Interne Fristen müssen eingehalten werden, saweswegen eine frühzeitige Kommunikation notwendig ist.
- Berücksichtigen Sie die notwendigen Freigaben durch den Bereich Medienzentrum für die Erstellung der Medieninhalte.

*Anfrage einreichen:*

- Füllen Sie das Formular aus.
- Deadline für Maßnahmen von Januar bis Juni: bis zum 31. Dezember des Vorjahres.
- Deadline für Maßnahmen von Juli bis Dezember: Bis 31. Mai des laufenden Jahres

## 5. Eigenständige Aktivitäten der Fakultäten und Einrichtungen

In diesem Abschnitt führen wir aus, welche eigenständigen Marketingaktivitäten Ihre Fakultät ohne das zentrale Studierendenmarketing planen und durchführen kann. Nutzen Sie diese Freiräume, um Ihre Studiengänge in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

### *Schulbesuche/Messen*

- Fakultäten oder Studiengänge melden den Besuch einer Schulklasse oder an einer Messe an. Sie stimmen die Termine und den Ablauf mit dem Studierendenmarketing ab, um eine reibungslose Durchführung zu gewährleisten.
- Über das Studierendenmarketing kann Merchandise (z. B. Stifte) oder benötigtes Equipment für Messen und Schulbesuche angefragt werden. Hierbei ist ausreichend Vorlaufzeit zu beachten.
- Essensgutscheine für die Mensa am Universitätsplatz für Schüler\*innen können über das Studierendenmarketing angefragt, die im Rahmen von Schulbesuchen oder Messen verteilt werden. (Formular Essen)
- Inhalte, Präsentation und Personalplanung bei Messe- oder Schulbesuchen legen die Akteure eigenständig fest. Eventuell kann das Studierendenmarketing bei der Logistik unterstützen.
- Nach dem Besuch oder der Messe erfolgt eine kurze Rückmeldung an die Abteilung, um Feedback zu geben, den Erfolg zu bewerten und zukünftige Aktionen zu verbessern.

### *Eigene Veranstaltungen*

- Stimmen Sie sich mit dem Bereich Studierendenmarketing ab, um eine möglichst effektive Marketingstrategie und eventuelle Unterstützung (z. B. Material, Logistik) zu gewährleisten.
- Die Durchführung der Veranstaltung, einschließlich der Vorbereitungen und Sicherstellung von Arbeitszeit und Versicherung für beteiligtes Personal, ist eigenständig zu organisieren. Eine Beteiligung durch den Bereich Studierendenmarketing ist außer bei vorherigen Absprachen nicht vorgesehen.
- Der Beschaffungsprozess von Werbematerialien, Drucksachen oder Online-Werbung muss eigenständig durchgeführt werden.
- Marketingmaßnahmen, wie das Erstellen von Anzeigen oder Flyern oder das Buchen von Marketingaktivitäten, können über das Studierendenmarketing bzw. über die Abteilung Medien, Kommunikation und Marketing angefragt werden. Eine Umsetzung ist abhängig von personellen Ressourcen und freien Kapazitäten.
- Eine Rückmeldung nach der Veranstaltung hilft dem Studierendenmarketing zukünftige Veranstaltungen besser zu unterstützen und zu planen.
- Bei detaillierten Fragen zu Veranstaltungen an der Universität kontaktieren Sie uns gerne via [veranstaltungen@ovgu.de](mailto:veranstaltungen@ovgu.de)

### *Eigene Online- oder Offline- Marketingmaßnahmen*

- Wir fördern Sie dabei eigene Aktivitäten für Fakultäten, Projekte, Bereiche oder Studiengänge umsetzen, um die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit zu erhöhen. Vor der Entwicklung von eigenen Marketingmaßnahmen sollten Sie prüfen, welche bereits bestehenden Maßnahmen oder Kanäle der Universität Magdeburg genutzt werden können.
- Der Beschaffungsprozess von Werbematerialien, Drucksachen oder Online-Werbung muss eigenständig durchgeführt werden.
- Die Akteure und Akteurinnen setzen die geplanten Online- oder Offline-Maßnahmen eigenständig um.
- Die Wirksamkeit der Maßnahmen sollte nach der Umsetzung bewertet werden, um den Erfolg zu messen und daraus künftige Aktionen zu optimieren.

## *Erstellung eigener Printprodukte*

- Alle Printprodukte müssen dem Corporate Design (CD) der Universität Magdeburg entsprechen, um ein einheitliches Erscheinungsbild und konsistente Botschaften zu gewährleisten.
- Akteurinnen und Akteure sollten den Bereich Medienzentrum der Universität für eine Beratung einbeziehen, um sicherzustellen, dass eigene Maßnahmen korrekt umgesetzt werden.

## 6. Kontaktinformationen

Für Fragen oder Unterstützung bei der Planung und Durchführung von Schulbesuchen, Messen oder eigenen Marketingmaßnahmen können Sie sich jederzeit an das Studierendenmarketing wenden.

Wir stehen Ihnen gerne zur Seite und helfen bei der Umsetzung Ihrer Ideen.

Schreiben Sie  
dafür eine E-Mail an:

**[studierendenmarketing@ovgu.de](mailto:studierendenmarketing@ovgu.de)**

Direkt zum  
Buchungsformular:



Scan or click ↑