Deutsche Hochschulwerbung

Personalmarketing an der Hochschule

Der direkte Weg zu Ihrer Zielgruppe

© Deutsche Hochschulwerbung und -vertriebs GmbH. Änderungen vorbehalten. Für Druckfehler keine Haftung.

Campus-Umwelt-Initiative

Wir setzen auf Ökologie und Nachhaltigkeit

Mit der „Campus-Umwelt-Initiative“ engagiert sich die Unternehmensgruppe Deutsche Hochschulwerbung für Umweltbewusstsein an der Hochschule und Nachhaltigkeit im Hochschulmarketing. Das von uns entwickelte Gütezeichen der „Campus-Umwelt-Initiative“ wird auf nachhaltigen Werbemitteln, wie recyclefähigem Papier und über fair gehandelte Give-Aways abgebildet. Fünf Prozent der Werbeeinnahmen, die wir auf nachhaltigen Materialien anbieten, fließen in einen Fördertopf, mit dem wir besonders nachhaltige Hochschulprojekte unterstützen. Bewerben können sich alle Studenten, Studenteninitiative, Lehrstühle und Gruppen, die sich für Ökologie und Nachhaltigkeit an ihrer Hochschule engagieren.

Unternehmen, die Werbemaßnahmen auf mit dem Gütesiegel versehenen Materialien buchen, werden prominent erwähnt und können ebenfalls mit dem Gütesiegel „Campus-Umwelt-Initiative“ werben.

Deutsche Hochschulwerbung – Ihr Partner für Personalmarketing!

Kennen Sie ein einziges Argument, das dagegen spricht, den Führungsnachwuchs von morgen dort anzusprechen, wo er sich auf seine berufliche Zukunft vorbereitet? Weil wir ebenfalls keines kennen und genau wissen, dass es für Unternehmen die effektivste und effizienteste Möglichkeiten ist, Studenten und Absolventen direkt an der Hochschule ansprechen, unterstützen wir unsere Kunden seit Beginn der 90er Jahre beim strategischen und operativen Personalmarketing auf dem Campus.

Die Schnelllebigkeit unserer Zeit mit ihren drastischen Veränderungen wirkt sich besonders auf das Informationsverhalten junger Menschen aus. Gleichzeitig steigt der Fachkräftemangel als Konsequenz des demografischen Wandels rapide an. Aus diesem Grund analysieren wir die Zielgruppe genauestens - quantitativ und qualitativ. Nur weil wir alles daran setzen, die sich ständig wandelnden Generationen von Studenten genau zu verstehen, wissen wir wie sie leben, was sie denken und wie sie sich ihre berufliche Zukunft vorstellen. Mit diesem profunden Know-how sind wir der Premium-Partner für unsere Kunden und unterstützen sie mit maßgeschneiderten Lösungen für Hochschulmarketing. Unser Expertenwissen ermöglicht Ihnen den direkten Kontakt und den Dialog mit Ihrer Zielgruppe.

Mitte der 90er Jahre waren wir Pioniere für Personal- und Produktwerbung an Hochschulen. Heute sind wir die Trendsetter für zeitgemäßes, crossmediales Hochschulmarketing und praktizieren inzwischen Campus Werbung 3.0. Denn: wir entwickeln sowohl unsere Werbeträger als auch unser Dienstleistungsportfolio konsequent weiter, ausgerichtet an den Bedürfnissen unserer Kunden und den Mediennutzungspräferenzen von Studenten. Wir arbeiten bundesweit mit (Exzellen-) Universitäten, Fachhochschulen und Studentenwerken zusammen und setzten auf höchste Qualitätsstandards in der Umsetzung Ihrer Kampagnen.

Wir sind tief in der Hochschule verwurzelt und kennen Ihre Zielgruppen durch und durch. Profitieren Sie von unserem Insider-Wissen für Ihr Hochschulmarketing.

Herzlichst Ihr
Athanasios Roussidis

Die Mehrheit der Studenten hat nur eine ungenaue (51,9 Prozent) oder gar keine Vorstellung (13,8 Prozent) von ihrer beruflichen Zukunft. Nur 34,3 Prozent aller Studenten hat eine konkrete Idee von ihrem Berufsleben. Ideale Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Personalmarketing und Recruiting an der Hochschule.[1]

Facts & Figures zum Werbeumfeld Hochschule

- 2.616.881 Studierende an 423 Hochschulen [2]
- 508.621 Studienanfänger im Studienjahr 2013 (SoSe 2013 & WS 2013/14) [2]
- 58 Studentenwerke betreiben 906 gastronomische Einrichtungen wie Mensen, Cafeterien, Bistros und Bars [3]
- 1.991 Wohnheime [4]
- Studentische Gastronomie mit 3.208 Einrichtungen an über 80 Hochschulstandorten [5]
- 3.000 Studentenpartys an über 80 Hochschulen [5]

[1] Quelle: Umfrage Deutsche Hochschulwerbung, WS 2013/2014
[2] Quelle: Statistisches Bundesamt, Studierendenzahlen WS 2013/14
[3] Quelle: Deutsches Studentenwerk, Studentenwerke im Zahlenspiegel 2013/14
[4] Quelle: Deutsches Studentenwerk, Wohnraum für Studierende 2014
[5] Quelle: Deutsche Hochschulwerbung, Research

Nur wer Studenten genauestens kennt, kann sie von sich überzeugen

Unternehmen, die ihre Arbeitgebermarke auf- oder ausbauen möchten, kommen an der Hochschule als Ort der Ansprache von Studenten und Absolventen nicht vorbei. Je stärker sich der Fachkräftemangel ausweitet, desto unerlässlicher werden Werbemaßnahmen an Hochschulen als Instrumente für ein erfolgreiches Personalmarketing und Recruiting. Damit unsere Kunden ihre Zielgruppe auf dem Campus an jedem Ort und zu jeder Zeit mit dem richtigen Marketing-Mix erreichen, generieren wir eine Fülle relevanter Informationen rund um die Zielgruppe. Aus der Verdichtung all dieser Informationen leiten wir genau die Maßnahmen ab, mit denen Sie Ihre Ziele im Personalmarketing erreichen. Unsere breit gefächerte Informationsbeschaffung basiert im Wesentlichen auf vier Säulen.

Informationen sind das A und O!

Unternehmen

Die Erfahrungswerte unserer Kunden nehmen wir sehr ernst. Resultate aus der Zusammenarbeit mit Kunden, Hochschulen, Fachbereichen, Mitarbeitern von Lehrstühlen, aber auch eigene Erfahrungen mit Absolventen etc. bilden für uns die Informationsbasis für die Umsetzung eines erfolgreichen strategischen und operativen Personalmarketings und Recruitings.

Marktforschung

Immer ganz dicht an Ihrer Zielgruppe. Diesen hohen Anspruch an uns selbst realisieren wir unter anderen mit der Unterstützung unseres bundesweiten Netzwerks von Campus Promotern, Campus Reps und UniScouts, die dazu beitragen, dass wir immer auf dem neuesten Stand sind. Darüber hinaus führen wir an Hochschulen regelmäßig branchen- und zielgruppenspezifische Umfragen durch. Dabei geht es um Erhebungen in Sachen Jobsuche sowie das Informations- und Werbenutzungsverhalten von Studenten.

Weil wir ganz genau wissen, wie Studenten ticken, sind wir die Trendsetter für Personalwerbung an Hochschulen.

Research

Weitere wichtige Erkenntnisse resultieren aus der Auswertung von Drittstudien, beispielsweise den Sozialerhebungen der Studentenwerke, Daten und Fakten des statistischen Bundesamtes, allgemein anerkannten Hochschulrankings aus Arbeitgebersicht, Wettbewerbsbeobachtung und aus den Ergebnissen sonstiger zielgruppenspezifischer Umfragen.

Diese Informationen sind ein weiterer Baustein, der eine zeitgemäße und zielgruppenrelevante Ansprache von Studenten garantiert.

Informationen aus der Hochschule

Häufig sind es Insider-Informationen aus den Hochschulen, mit denen wir unseren Kunden den entscheidenden Vorsprung gegenüber Wettbewerbern verschaffen. So fließen etwa Vorlesungs- und Raumbelegungspläne genau so in die Maßnahmenplanung und -umsetzung ein wie unseren langjährig gewachsenen Kontakte zu Pressestellen, Fachschaften, Career Centern, Lehrstühlen, Professoren und Rechenzentren an Hochschulen.

Für den Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen ist es enorm wichtig, wo und wann Sie Ihre Zielgruppe ansprechen.

Auf Ihre Ziele kommt es an

Wenn Sie mit der Deutschen Hochschulwerbung zusammenarbeiten, setzen Sie Ihr Personalmarketing-Budget ausschließlich dafür ein, Ihre Ziel mit der richtigen Strategie und den passenden Maßnahmen zu erreichen. Ihre Strategien und Budgets sind abhängig von der jeweiligen Zielsetzung. Der Garant für den Erfolg Ihrer Maßnahmen sind Kontinuität und Nachhaltigkeit. Unsere Frage an Sie lautet: Welche Studierenden möchten Sie, mit welchem Ziel und welchem Budget erreichen?

Welche Ziele?

- Bekanntheit steigern
- Image positiv steigern
- Präferenzen bilden („Relevant-Set“)
- Aktion (u. a. gezielte Information, aktive Interaktion (Teilnahme an Umfrage), Bewerbung)

Welches Budget?

Welche Zielgruppe ?

- Praktikanten
- Diplomanden
- Werkstudenten
- Campus Repräsentant
- Absolventen
- Doktoranden
- Spezielle Zielgruppen (z. B.: Unternehmensgründer, Studienabbrecher, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund, angehende Lehrer (Referendare))

Basis für die strategische Planung

Maßnahmenplan

Geht nicht, gibt's nicht:

Unsere Werbemaßnahmen im Überblick

Die weitreichenden Hochschulvermarktungsrechte der Deutschen Hochschulwerbung und der Zugriff auf alle weiteren im Zielgruppenumfeld verfügbaren Werbemöglichkeiten garantieren eine auf maximale Effektivität und Effizienz ausgerichtete Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen. Unsere Medien sind so vielfältig, dass Unternehmen eine große, sich ergänzende Palette unterschiedlicher Medien zur Auswahl haben.

Vertrauen ist gut – Erfolgskontrolle ist wichtig

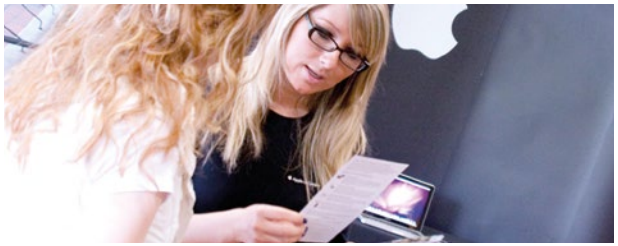
Im Vorfeld jeder Kampagne generieren wir breit gefächerte, zielgruppenrelevante Informationen, um für unsere Kunden erfolgversprechende Kampagnen umsetzen zu können. Genauso wichtig ist uns die Messbarkeit aller Maßnahmen nach der Auftragsabwicklung.

Im Zeitalter des Web 2.0 sind die meisten Maßnahmen messbar. Unsere Kunden können über erhöhte Zugriffe auf ihre Karriere-Website oder die Anzahl von Downloads die Wirksamkeit einer Kampagne genau analysieren. Auch das Einrichten einer Landing Page für eine konkrete Werbemaßnahme sowie das Hinterlegen von Tracking-Links bietet Transparenz über den Erfolg. Bei crossmedialen Kampagnen, die Social Media-Aktivitäten mit einbeziehen, kann über hinterlegte QR-Codes oder den Anstieg der Likes auf der Karriere-Fanpage die Zielerreichung bewertet werden. Bei Recruiting-Kampagnen ist der Bewerbungseingang von Bewerbern von Hochschulen, an denen die Kampagne durchgeführt wurde, ein eindeutiges Erfolgskriterium.

Von uns erhalten Sie nach Beendigung jedes Auftrags eine Foto-Dokumentation über Aktionen, Plakatmaßnahmen, Campus-Promotion etc.

Plakat/Auslage

z. B. Plakatrahmen in verschiedenen Formaten, Auslage über cit campus-info-tower

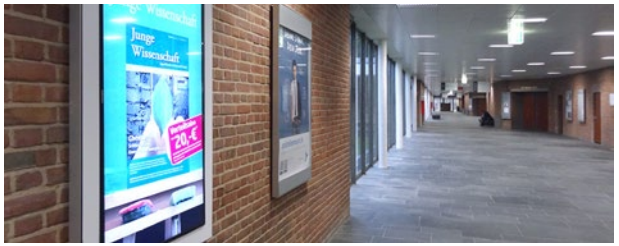


Promotion

z. B. Verteilung von Infomaterial oder Imagebroschüre, Gewinnspielaktionen

Online/Mobile

z. B. Bannerwerbung & Online-Jobbörsen, Mobile-Marketing



Digital

z. B. Campus Digital Screen - in Echtzeit auf dem Campus: Campus-Werbung 3.0

Sonderwerbeformen

z. B. Coffee-to-go-Becher, Tablett-Werbung, Spannbanner

Print

z. B. Anzeigenschaltung in Hochschulmagazinen

Virtuelle Jobmesse

Der direkte Draht zu potentiellen Bewerbern

Campus Recrutainment

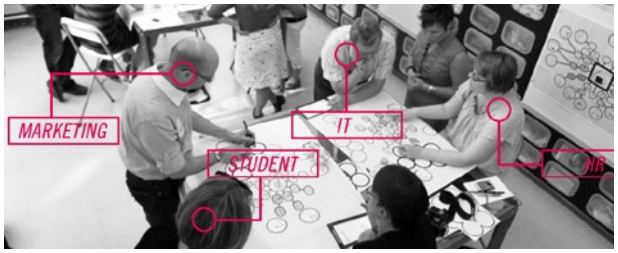
Mit Spaß und Engagement zu qualifizierten Bewerbern

Specials

Außergewöhnliche Werbeformate zur effizienten Zielgruppenansprache

Marktforschung

Umfragen in der Zielgruppe, Ears & Eyes, Unternehmensbarometer

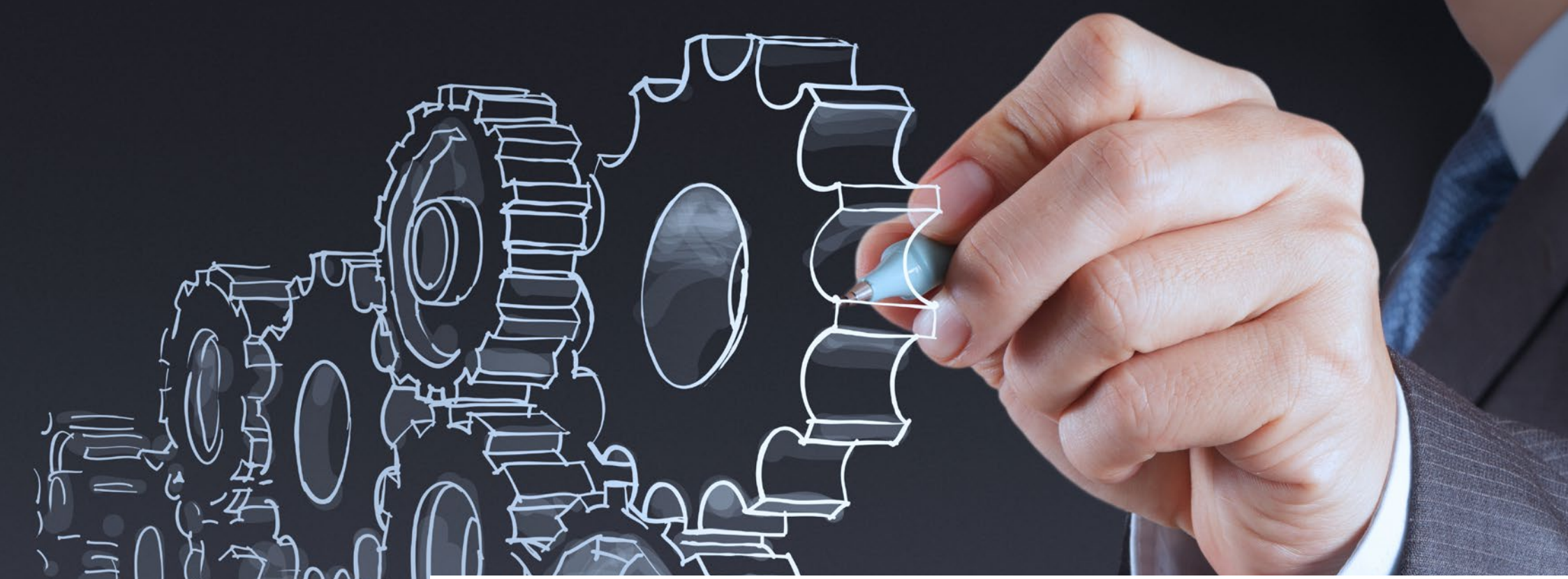


HR-Jam

Design-Thinking Workshop, Individuelle Employerbranding-, Recruitingkonzepte

Matchingbox

Persönlichkeits-/Unternehmensanalyse, Matching, Academy



Ein optimales Auftragsmanagement ist der Erfolgsgarant für jede gute Medienkampagne

Die termingerechte und reibungslose Umsetzung aller Personalmarketing-Maßnahmen im Kundenauftrag hat für uns höchste Priorität. Daher sind die internen und externen Prozesse der Auftragsabwicklung höchst professionell organisiert. Genau wie die Firmenzentrale befindet sich die Vertriebszentrale ebenfalls im Düsseldorfer Medienhafen. Für die Kampagnenabwicklung an den Hochschulstandorten ist unsere Geschäftsstelle in Siegen verantwortlich, wo alle Aufträge zentral koordiniert werden.

Alle internen Mitarbeiter der Deutschen Hochschulwerbung sind Fachleute auf ihrem Gebiet. Unsere Campus Reps, Campus Promoter und UniScouts schulen wir regelmäßig. Sie sind mit den Räumlichkeiten ihrer Hochschule bestens vertraut und haben sich als verantwortungsvolle Mitarbeiter bewährt. Sie führen Aufträge wie Promotion-Aktionen, Samplings und Umfragen für uns durch und zeichnen sich neben ihrer hervorragenden Ortskenntnis dadurch aus, dass sie einen ausgezeichneten Kontakt zu den Verwaltungsmitarbeitern in ihren Hochschulen haben.

Die professionelle Umsetzung von Kundenaufträgen basiert auf präzisierten und engmaschigen internen Prozessen. Der jeweilige Kundenbetreuer arbeitet eng mit den ausführenden Abteilungen zusammen, die wiederum garantieren, dass die Umsetzung aller Maßnahmen in den jeweiligen Hochschulen reibungslos und termingerecht verläuft.

Die Zusammenarbeit mit der Deutschen Hochschulwerbung hat nur Vorteile

Mit Personalwerbung an Hochschulen stoßen Arbeitgeber auf eine hohe Akzeptanz seitens der Studenten. Sie sind davon angetan, dass Unternehmen in der Hochschule um sie als Praktikanten oder zukünftige Mitarbeiter werben. Wahrscheinlich nicht zuletzt deswegen, weil es für sie die direkteste Möglichkeit ist, Informationen über Praktika, Abschlussarbeiten sowie Angebote für den Jobeinstieg nach dem Studium zu bekommen. Das bestätigen auch die Daten der Deutschen Hochschulwerbung. Nach den Ergebnissen einer unserer Umfragen wünschen sich 82 Prozent der Studierenden sogar, dass Unternehmen ihre Personalwerbeaktivitäten an Hochschulen ausweiten. Besonders interessant finden 94 Prozent der Befragten, Praktikumsangebote und Stellenangebote für den Berufseinstieg.*

Alles aus einer Hand

Wir beraten Sie dabei, Ihre Ziele abzustecken. Beratungsleistung besteht darin, mit Ihnen gemeinsam Ihre Ziele im Hochschulmarketing zu definieren, zu planen und umzusetzen. Sie haben nur einen Ansprechpartner bei der Deutschen Hochschulwerbung.

Maßgeschneiderte Medialösungen

Die Zufriedenheit unserer Kunden hat für uns absolute Priorität. Unabhängig vom Budget und davon, wie speziell Ihre Zielgruppe ist. Wir identifizieren sie und führen genau die Maßnahmen durch, die zu Ihrem Unternehmen passen.

Qualitätskontrolle & Messbarkeit

Sowohl unsere internen Mitarbeiter als auch unsere Campus Promoter, Campus Reps und UniScouts an den Hochschulen stehen für höchste Qualität bei der Durchführung aller Maßnahmen. Darüber hinaus liefern wir Ihnen zu jedem Auftrag ein Reporting über aller Maßnahmen.

Langjährige Expertise

Als Agentur für Hochschulmarketing haben wir in einem knappen Vierteljahrhundert unzählige erfolgreiche Personalwerbe-Kampagnen für renommierte Unternehmen durchgeführt. Daran sind wir gewachsen und unser Erfolg spornt uns an, weiterhin innovative Media-Lösungen zu entwickeln.

*Quelle: Umfrage Deutsche Hochschulwerbung Athanasios Roussidis e. K. WS 2010/2011

Deutsche
Hochschulwerbung

Unternehmensgruppe Deutsche Hochschulwerbung:

Deutsche Hochschulwerbung und -vertriebs GmbH
Neuer Zollhof 3
40221 Düsseldorf

Telefon +49 211 74 95 64 - 0
Fax +49 211 74 95 64 - 29
E-Mail info@hochschulwerbung.de
Web www.hochschulwerbung.de
www.twitter.com/campuswerbung
www.facebook.com/campuswerbung

Geschäftsstelle München

Leopoldstraße 15
80802 München

Telefon +49 89 27 27 52 - 29
Fax +49 89 27 27 55 - 47

Geschäftsstelle Berlin
TU Berlin BH 113 a
SE-RH (105), Raum 116 A
Straße des 17. Juni 135
10623 Berlin

Telefon +49 30 31 01 94 - 41
Fax +49 30 31 01 94 - 42

Geschäftsstelle Siegen

Papierfabrik 9
57072 Siegen

Telefon +49 271 23 82 85 - 0
Fax +49 271 23 82 85 - 39

Geschäftsstelle Bremen

Bibliotheksstraße 1
28359 Bremen

Telefon +49 421 21 86 96 - 54
Fax +49 421 21 86 96 - 53

Poststelle:
Enrique-Schmidt-Straße 5
28359 Bremen