

- ■ ■ Internationale
- ■ ■ Bodensee
- ■ ■ Hochschule



IBH-Tagung
»Kommunikationsstrategien von
Hochschulen«

2. Nov. 2015, Universität Zürich

DIE INTERNATIONALE BODENSEE-HOCHSCHULE

Die Internationale Bodensee-Hochschule (IBH) ist mit 30 Mitgliedshochschulen der grösste hochschulartenübergreifende Verbund Europas. Die IBH unterstützt Projekte aus den Bereichen Lehre, Forschung und Entwicklung, Wissens- und Technologietransfer und Strukturbildung. Gemeinsame und grenzüberschreitende Projekte fördern die regionale Entwicklung, bündeln vorhandene Kompetenzen und tragen in Kooperation mit Unternehmen zur Verbesserung der Standortattraktivität der Bodenseeregion bei.

Die Kommunikationsverantwortlichen der IBH-Mitgliedshochschulen engagieren sich in der IBH-AG Kommunikation. Durch gemeinsame und sich ergänzende Kommunikation tragen sie zur verbesserten Wahrnehmung und Sichtbarmachung der IBH sowie zur Stärkung des Wissens- und Bildungsraumes Bodensee bei.



KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN VON HOCHSCHULEN

An die Kommunikationsabteilungen in Hochschulen werden teils gleiche und teils ganz andere Anforderungen gestellt als an jene in Unternehmen der Privatwirtschaft. An beiden Orten soll der Wert der Kommunikationsarbeit messbar und damit auch sichtbar gemacht werden. Auch spielt die interne Kommunikation unabhängig vom Institutionstyp eine wichtige Rolle. Über Abteilungen oder Bereiche hinweg soll sie Informationen bündeln und zur Orientierung in der eigenen Organisation und zum Zugehörigkeitsgefühl beitragen. Hochschulen bewegen sich im Spannungsfeld zwischen den Wünschen und Ansprüchen von Studierenden, Mitarbeitenden, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Häufig wird auf Hochschulen ein besonderes Augenmerk gerichtet, da sie einen

grossen Teil der Verantwortung tragen, Studierende für den Arbeitsmarkt und für die Welt von Morgen fit zu machen und weil sie als öffentlich-rechtliche Institutionen auch den Steuerzahlerinnen und -zahlern Rechenschaft ablegen müssen.

Wie sieht eine zeitgemässe Kommunikationsstrategie einer Hochschule aus? Welche Besonderheiten zeichnen sie aus und wie kann die durch sie erzielte Wertschöpfung gemessen werden?

Diesen und anderen Fragen geht die Tagung der Arbeitsgruppe Kommunikation der IBH (IBH-AG Kommunikation) nach.

PROGRAMM

08:15	Eintreffen der Teilnehmenden
08:45	Begrüssung Dr. Peter Collmer, Rektorat der Universität Zürich, Prof. Dr. Sebastian Wörwag, Rektor FHS St. Gallen, Vorsitzender des IBH-Kooperationsrates
09:00 – 10:00	Komplexes klar kommunizieren Was Kommunikationsmanager über Komplexität und Klarheit wissen sollten (und wie sie es umsetzen können), Prof. Dr. Martin Eppler, mcm, Universität St. Gallen
10:00 – 11:00	Hochschulkommunikation Besonderheiten und aktuelle Herausforderungen, Prof. Dr. Ulrike Röttger, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster
11:00 – 11:30	Kaffeepause
11:30 – 12:30	Strategie und Controlling Wie Hochschulkommunikation Wertschöpfung erzielt, Prof. Dr. Lothar Rolke, Hochschule Mainz
12:30 – 14:00	Mittagspause
14:00 – 15:00	Parallel Session 1: Promise & Delivery Von der Identitätsanalyse zum ganzheitlichen Markenmodell am Beispiel der Universität St. Gallen, Prof. Dr. Kai Kruthoff, FCI-HSG, Universität St. Gallen
	Parallel Session 2: Issues Management für Hochschulen Roland Staub, ETH Zürich
15:00 – 16:00	Parallel Session 3: Macht Social Media menschlich! Plädoyer für Partizipation, Empathie und Unvollkommenheit, Herwig Dämon, Universität Liechtenstein
	Parallel Session 4: Zielsetzungen der internen Kommunikation an Hochschulen, Dr. Andreas Jäggi, Kommunikationsberatung, Zürich
16:00	Apéro, Ausklang

Internationale Bodensee-Hochschule

Geschäftsstelle
Hauptstrasse 90, Postfach
CH-8280 Kreuzlingen 2

Telefon: +41 71 67705-20
Telefax: +41 71 67705-21
info@bodenseehochschule.org
www.bodenseehochschule.org