



**Universität
Zürich** UZH

Institut für Betriebswirtschaftslehre

Marketingstrategien für Studium 2020

Studium 2020 – Positionen und Perspektiven

27. Januar 2012

Inputreferat

Prof. Dr. Andrea Schenker-Wicki





Agenda

- Veränderte Rahmenbedingungen
 - gesellschaftlich
 - universitär
 - medial
- Implikationen für eine Marketingstrategie für Studium 2020



Gesellschaft im Wandel

- Überalterung
- fallende Geburtenraten
- abnehmende Halbwertszeit des Wissens



2025
80% der Arbeitn
sind über 50 Jar



Wissen
Halbwertszeit der
Ausbildung 1-5 Jahre



Studium im Wandel

- Sinkende Studierendenzahlen
- Flexibilisierung des Studiums
- Professionalisierung des Hochschulmanagements



Studierende

Weniger in grundständigen, mehr in
Weiterbildungsprogrammen



Hochschulen

Berufsbegleitend und flexibel
Professionelles Management

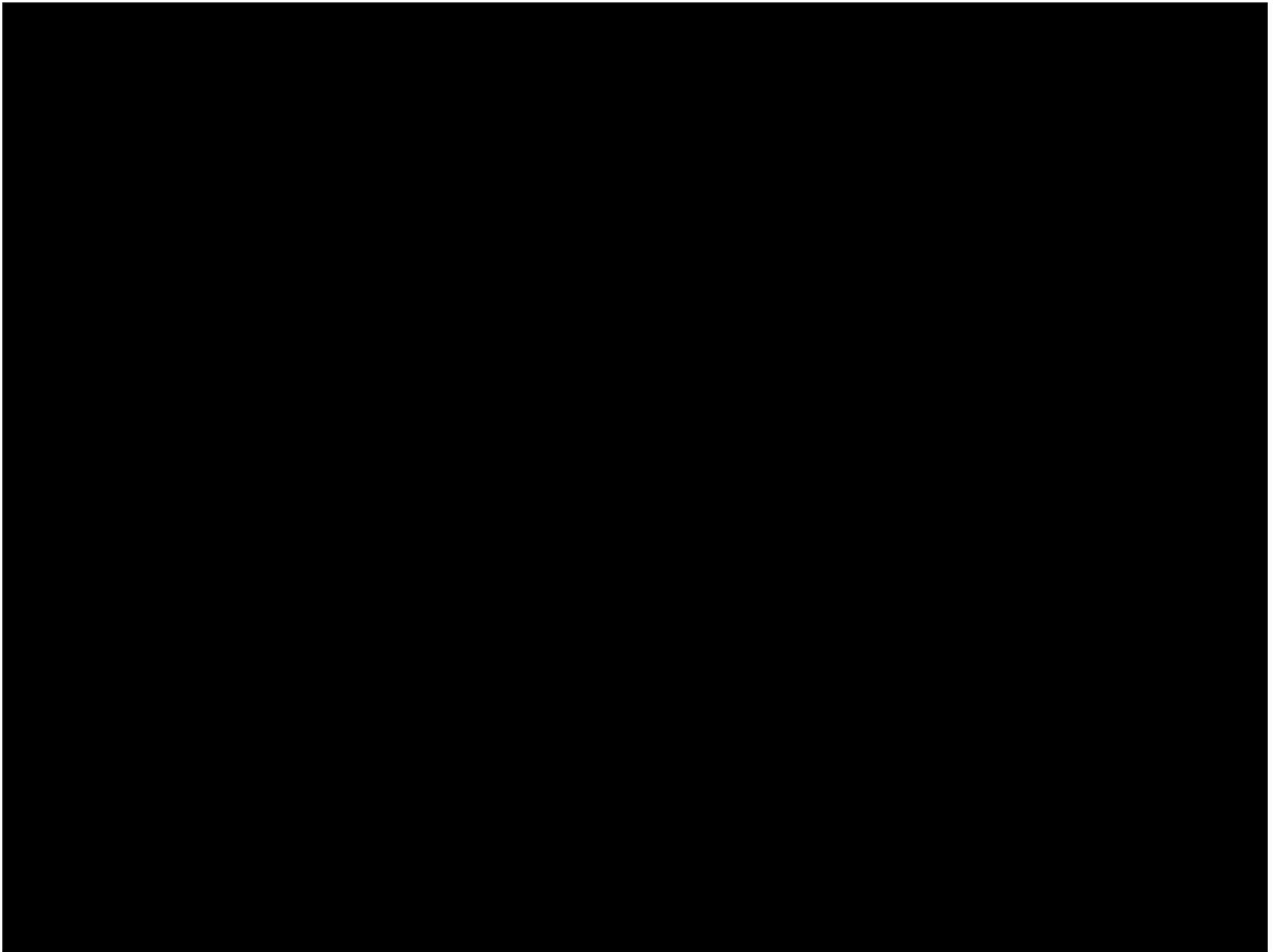


Medien im Wandel

- Fragmentierung der Zielgruppe(n)
- Kampf um Aufmerksamkeit
- Wachsende Bedeutung von Online-Medien



Medienwandel
Neue Nutzungsmuster und
Interaktionsformen





Medien im Wandel

- Fragmentierung der Zielgruppe(n)
- Kampf um Aufmerksamkeit
- Wachsende Bedeutung von Online-Medien

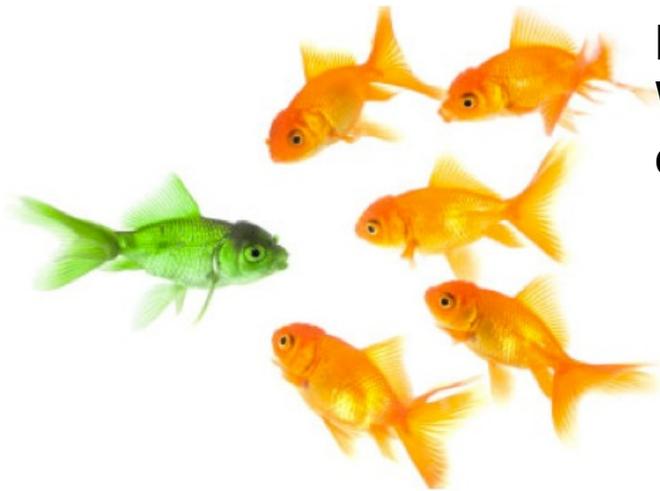


Medienwandel
Neue Nutzungsmuster und
Interaktionsformen



Marketingstrategie für Studium 2020

- Positionierung der Hochschule
- Definition der Zielgruppe
- Inhalte mit Emotionen
- Kommunikationsmix



Profilbildung
Was macht uns
einzigartig?

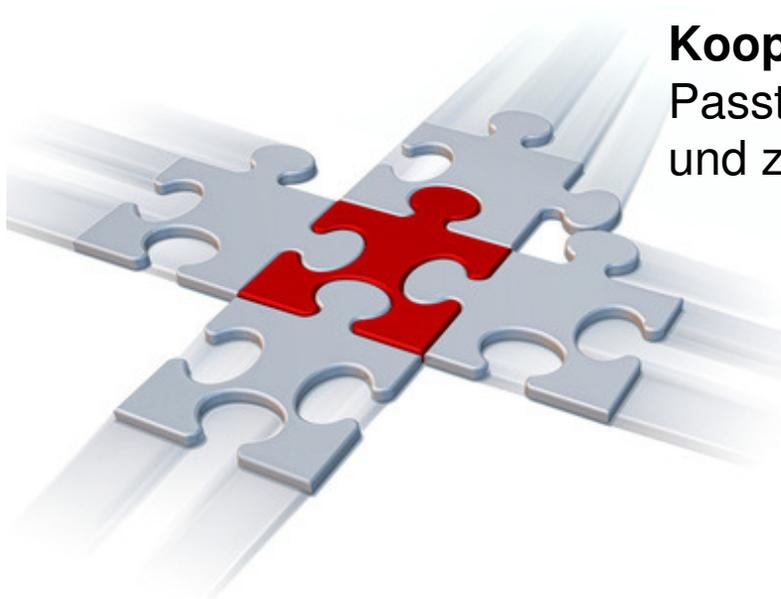


Kommunikationsmix
Persönlich, Print, Online,
Social Media etc.



Kooperationen und Koalitionen

- Oft fehlt systematisches Portfolio-Management
- Präzise Spezifikation zukünftiger Partner
- Zentrale Steuerung vs. dezentrale Entwicklung und Bewirtschaftung



Kooperation

Passt sie zum Portfolio
und zur Positionierung?

Nutzen

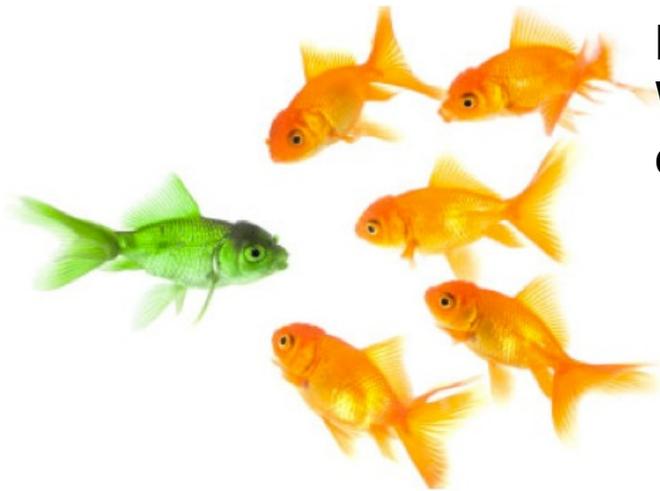
Reputationssteigerung
und Reziprozität
gegeben?





Marketingstrategie für Studium 2020

- Positionierung der Hochschule
- Definition der Zielgruppe
- Inhalte mit Emotionen
- Kommunikationsmix



Profilbildung
Was macht uns
einzigartig?



Kommunikationsmix
Persönlich, Print, Online,
Social Media etc.



Social Media und Studium 2020

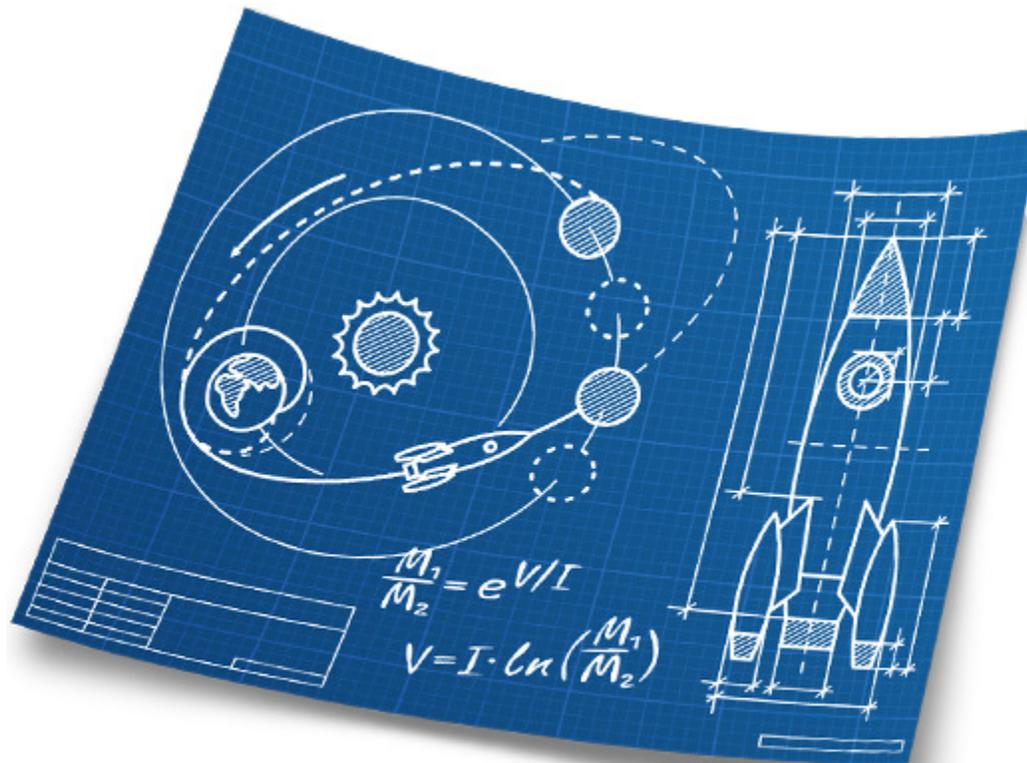
- Haben wir eine Strategie?
- Haben wir die nötigen Ressourcen?
- Haben wir die Geduld?



socialmediaswitzerland.org
Swiss Academia and the
Social Media Landscape



It's not Rocket Science!!





**Universität
Zürich** UZH

Institut für Betriebswirtschaftslehre

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

andrea.schenker@business.uzh.ch