



Checkliste Hochschulmarketing

Wie gewinne ich Studierende für mein Unternehmen?

Unter der Überschrift „**Hochschulmarketing**“ werden umfassende Marketing- und Kommunikationskonzepten zusammengefasst, um gezielt Studenten, Hochschulabsolventen und Young Professionals für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Es geht dabei um zielgruppenspezifische Werbeformen und Marketinginstrumente. Große Unternehmen haben ein eigens auf diese Zielgruppe abgestimmtes **Personalrecruiting**, doch auch kleine und mittelständische Unternehmen können aktiv werden:

Neben der Werbung in Einrichtungen, die Studenten regelmäßig besuchen wie Mensen, Bibliotheken, Studentenclubs oder Studentencafés und den einschlägigen digitalen Portalen ist der **direkte Kontakt meist der erfolgreichste Weg**. Die Vorstellung des eigenen Unternehmens und der dort gebotenen Karrierechancen zum Beispiel durch die Präsentation des eigenen Betriebes auf **Hochschul- und Karrieremessen** oder die Teilnahme an Hochschulveranstaltungen wie Firmenkontaktmessen oder Hochschulinformationstagen sind vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen realisierbar und mit vergleichsweise geringem Personal- und Budgeteinsatz verbunden.

Die wichtigsten Instrumente aus dem Hochschulmarketing kurz und knapp:

- Teilnahme an Hochschulinformationstagen oder Karrieremessen der Hochschulen;
- Teilnahme an weiteren Hochschulveranstaltungen wie Firmenkontaktmessen oder Informationsveranstaltungen der Fachbereiche;
- Zusammenarbeit z.B. in konkreten Seminaren oder Lehrveranstaltungen als Kontaktpunkt und Möglichkeit der Unternehmenspräsentation;
- Kontaktaufnahme mit den Studierendenvertretungen;
- Direktwerbung an Hochschulen (Plakat-/ Flyer-Werbung, Zusammenarbeit mit dem Career Center);
- Anzeigen in studentischen Zeitschriften oder Printprodukten der Universität;
- Werbung und Präsenz in den Sozialen Medien (Facebook, LinkedIn, Xing, Google+, Youtube etc.) – ggf. auch mit Einsatz eines Werbebudgets und entsprechender Kampagnen, sowie
- Werbung auf zielgruppenspezifischen und themenrelevanten Internetseiten z.B. Bannerwerbung, aber auch redaktionelle Präntentionen im Bereich Hochschulportrait, kooperierende Unternehmen der Hochschule, Empfehlungen und Referenzen.