



MSE2010 - Side Event 6

Unsichtbar, aber unverzichtbar: Wie steigern wir die Wahrnehmung von Materialwissenschaft und Werkstofftechnik in der Öffentlichkeit?

Studienwerbung in Materialwissenschaft und Werkstofftechnik: Konzeption und Ergebnisse

Dr. Anja Geigenmüller
TU Bergakademie Freiberg

Darmstadt, 25. August 2010

Gliederung

- 1 Ingenieurmangel – ein Kommunikationsproblem
- 2 Das Projekt
- 3 Ausgewählte Maßnahmen
- 4 Zusammenfassung und Ausblick



1 Ingenieurmangel – ein Kommunikationsproblem

- § unzureichende Wahrnehmung der Rolle des Ingenieurs für die Innovativität einer Gesellschaft
- § fehlende Assoziationen zwischen derzeit wichtigen Innovationsfeldern und dem Beruf des Ingenieurs
- § stereotype Einschätzung des Ingenieurs als Persönlichkeit
- § stereotype Rollenbilder des Ingenieurberufs als „Männerfach“

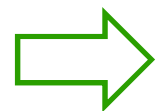
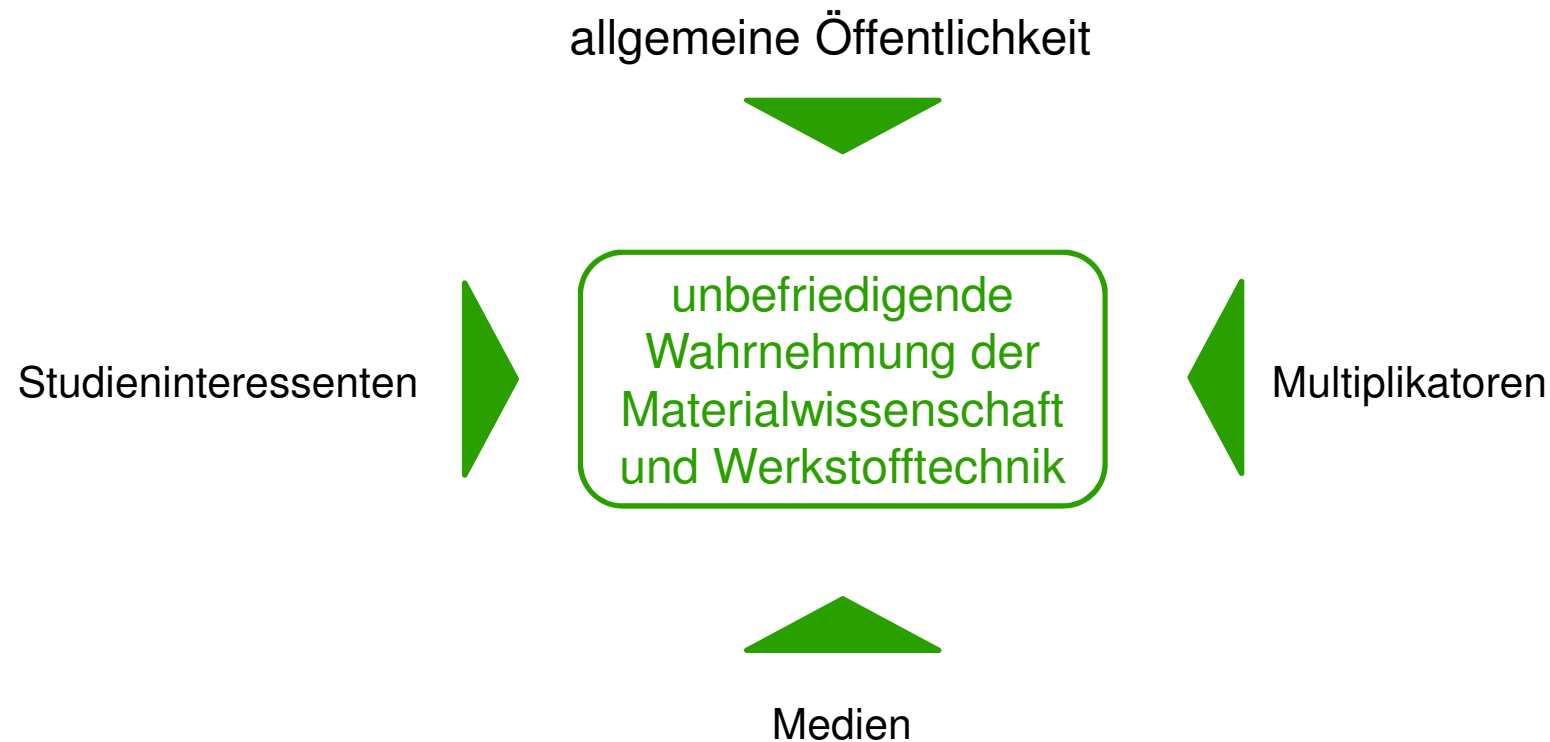


sinkendes Ansehen und geringe Attraktivität des Ingenieurberufs

Hemmnis für die Gewinnung talentierter Nachwuchskräfte



1 Ingenieurmangel – ein Kommunikationsproblem



Notwendigkeit eines zielgerichteten und wissenschaftlich fundierten Marketingkonzepts zur Studienwerbung in den Ingenieurwissenschaften



2 Das Projekt

DFG-Projekt: Erarbeitung eines Marketingkonzepts zur Werbung von Studieninteressenten für Ingenieurwissenschaften

2005 – 2007, 2007- 2009

Lehrstuhl für Marketing und Internationaler Handel (Prof. Dr. habil. Margit Enke)
Institut für Werkstofftechnik (Prof. Dr.-Ing. habil. Horst Biermann)
TU Bergakademie Freiberg

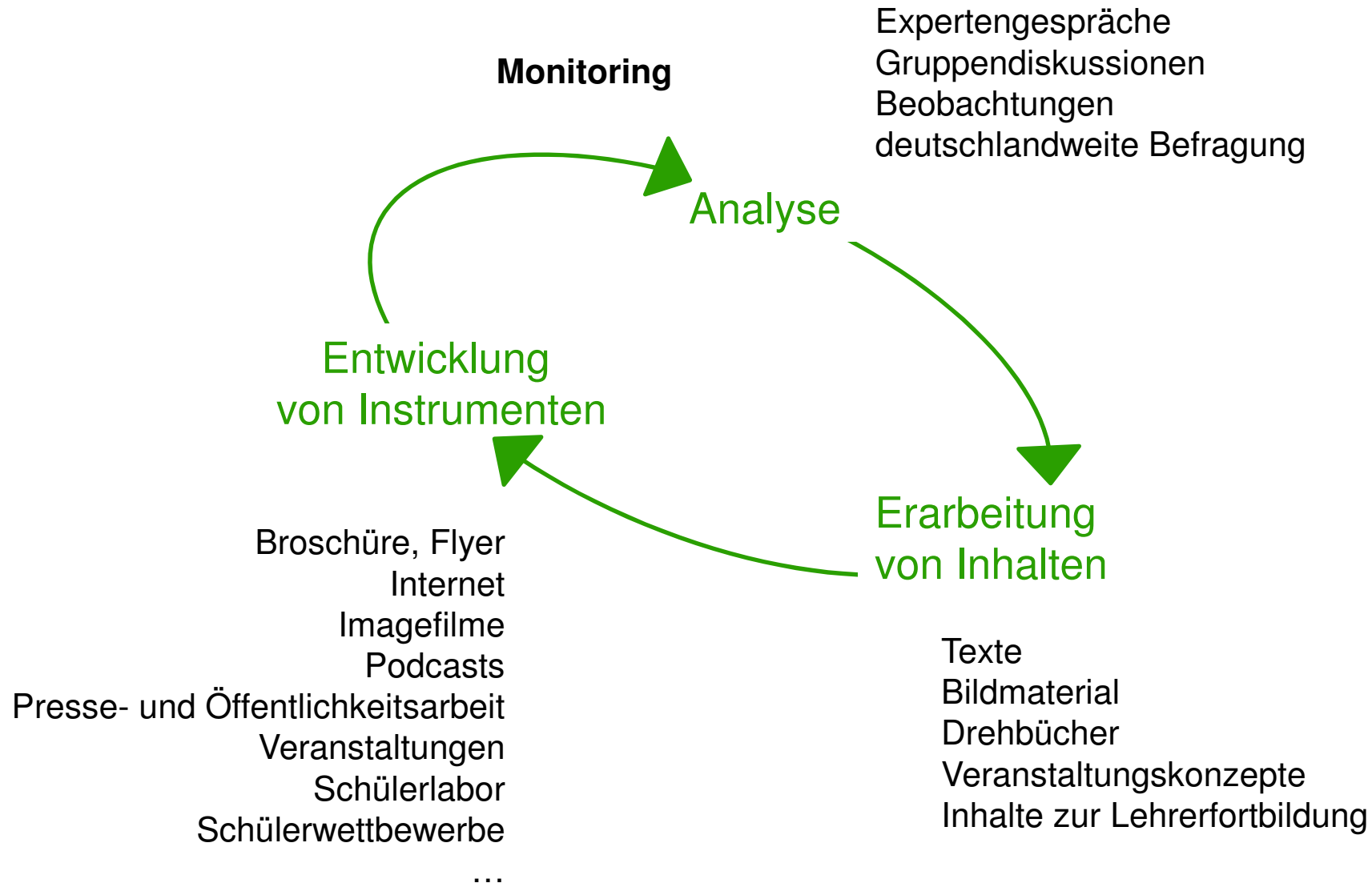
Gemeinsames Ziel

Entwicklung eines **zielgruppenorientierten** und integrierten **Kommunikationskonzeptes** zur Verbesserung des Image des Ingenieurstudiums und zur **Gewinnung qualifizierter Nachwuchskräfte** im Ingenieurbereich

am Beispiel der Materialwissenschaft und Werkstofftechnik



2 Das Projekt



3 Ausgewählte Maßnahmen

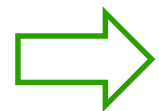
Schülerlabor und Schüleruniversitäten

Studienalltag kennen lernen

Berufsbild des Werkstoffingenieurs vermitteln

Berührungängste nehmen

Selbstkonzept stärken



aktive Einbindung von Schulen und Lehrkräften



3 Ausgewählte Maßnahmen

Girls' Day

Ansprache von Mädchen und jungen Frauen

Kreativität und Vielfalt der Disziplin

Betreuung durch Wissenschaftlerinnen und Studentinnen

Fokus auf Workshops und Interaktion mit Universitätsangehörigen



3 Ausgewählte Maßnahmen

Lehrerfortbildung

Konzeption von Fortbildungsmaßnahmen

Einführung in Versuchsanordnungen

enge Kopplung an Lehrpläne

Transport werkstoffrelevanter Themen in den natur- und technikwissenschaftlichen Unterricht

Gewinnung von Vertrauen und Kooperationsbereitschaft



3 Ausgewählte Maßnahmen

Klassische Werbung
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Broschüren, Flyer

Homepage des Studientags
 Materialwissenschaft und Werkstofftechnik

Presseinformationen

Imagefilm Schülerlabor

Podcasts

Nacht der Wissenschaft

Tag der offenen Tür



2. NACHT DER WISSENSCHAFT UND WIRTSCHAFT



4 Zusammenfassung und Ausblick

Kontinuierliche Arbeit!

- § zielgerichtete, strategische Vorgehensweise
- § Analyse und Kontrolle von Ergebnissen

Zielgruppenorientierung!

- § Annäherung an zielgruppenspezifische Medienpräferenzen und Medienkonsum
- § Berücksichtigung verschiedener Zielgruppen und Multiplikatoren

Integrierte Kommunikation!

- § Konsistenz in den Botschaften
- § Ausschöpfung der Vielfalt an Kommunikationsinstrumenten

Zusammenarbeiten!

- § intern: interdisziplinäre Teams
- § extern: strategische Partner (Wirtschaft, Lehrkräfte/
Schuleinrichtungen, Institutionen, Organisationen, Politik, ...)



<http://tu-freiberg.de/fakult6/marketing/DFG/>

