



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ

Hochschulinformationstag 11. Juni 2022 Auswertung

Stand: 11. Juli 2022



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ



#tucdiscover

**Entdecke die
TU Chemnitz!**



Projektteam

Projekt TUCdiscover

Susann Kappler | Monique Reuther

Koordination und Gesamtkonzeption, zentrale Ansprechpartnerinnen für interne Akteur*innen & Besucher*innen, Planung und Steuerung des Projektteams, Koordination und Durchführung Werbemaßnahmen, Auswertung

Angelina Wettinger (studentische Hilfskraft)

Unterstützung der Social Media Aktivitäten und Werbemaßnahmen

Veranstaltungs- organisation & Merchandising

Julita Schmidt | Elisa Sommer

Ansprechpartnerinnen für interne und externe Akteur*innen, Koordination und Steuerung der Materialabfrage und Standplanung, Planung und Umsetzung des Auf- und Abbaus der Veranstaltung, Ausarbeitung und Abstimmung Hygienekonzept, Koordination Personaleinsatz am Veranstaltungstag

Pressestelle und Crossmedia- Redaktion

Mario Steinebach

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Ansprechpartner für Medienkontakte

Matthias Fejes

Umsetzung der Social Media Aktivitäten

Jacob Müller

Grafikkonzept und Umsetzung, Fotografie

Melina Camilo (studentische Hilfskraft)

Fotografie

Universitäts- rechenzentrum

Antje Schreiber

Umsetzung des Konzepts zum Relaunch der Studienmöglichkeiten-Website, technischer Support

Inhalt



BESCHREIBUNG	1	Motto und Zielsetzung	1
	2	Termin	2
	3	Zeitplan	3
	4	Programm - Präsenz	3
	4.1	Bibliotheksführungen	4
	4.2	Laborführungen Chemie	4
	4.3	Laborführungen Physik	4
	4.4	Erlebnisstraße Maschinenbau	4
	4.5	Vorträge & Workshops	5
	5	Programm - Digital	6
AUSWERTUNG	6	Auswertung der Werbeaktivitäten	7
	6.1	Versand von Informationsmaterialien an Schulen	7
	6.2	Riesenposterplakatierung	7
	6.3	EDEKA-Bildschirmwerbung	7
	6.4	Public Video Screens Ströer	7
	6.5	Hochschulprofil auf Studycheck.de	8
	6.6	Pressemitteilungen der TU Chemnitz	8
	6.7	Medienspiegel	8
	6.8	Kampagne auf Tag24	8
	6.9	Werbemaßnahmen in Social Media Kanälen	8
	6.10	Weitere Veranstaltungsankündigungen	8
	7	Auswertung der Werbekampagne Tag24	9
	8	Auswertung der Social Media Aktivitäten	10
	8.1	Facebook	10
	8.2	Instagram	10
	8.3	Twitter	11
	8.4	YouTube	11
	9	Auswertung zur Landingpage	12
	10	Auswertung der Präsenzveranstaltung	13
	10.1	Besucher*innen-Zahlen	13
	10.2	Zufriedenheit der Besucher*innen	13
	10.3	Feedback der Standbetreuer*innen	14
	11	Fazit	16

1 Motto und Zielsetzung



2025
TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ

#tucdiscover

**Entdecke die
TU Chemnitz!**

11. JUNI
**HOCHSCHUL-
INFOTAG**
CHEMNITZ
UNI-BIBLIOTHEK
10:00 – 15:00 Uhr

Interne wie externe Studienorientierungsveranstaltungen an und mit der TU Chemnitz fanden in den unterschiedlichen Phasen der Pandemie stets virtuell statt. Die Auswertungen¹ zeigen, dass die Zugriffszahlen auf Websites, asynchrone Informationsangebote, Videos oder Social Media in den virtuellen Veranstaltungszeiträumen deutlich gesteigert werden konnten. Insgesamt lässt sich ableiten, dass Studieninteressierte durch das Informationsangebot auf der Landingpage www.studium-in-chemnitz.de sowie den entsprechenden Unterseiten der Fakultäten und Bereiche eine angemessene und bedarfsgerechte Informationen erhalten haben.

Allerdings wurden in den Sommermonaten die Interaktionen in explizit dafür angelegten und auf die Zielgruppen hin ausgerichteten digitalen Live-Angeboten (z. B. Video-Sprechstunden, Chats, Studi-Talks, Laborführungen etc.) bis auf wenige Ausnahmen nur sehr gering nachgefragt und angenommen². Das Ergebnis der geringen Live-Interaktionen war für viele TUCtage-Akteur*innen unbefriedigend und wurde als Zeichen geringen Interesses gegenüber den digitalen Angeboten in diesem Zeitraum interpretiert. Als Schlussfolgerung und in Anbetracht der Aufwand-Nutzen-Abwägung sollen digitale Live-Angebote für die Sommer-TUCtage nicht mehr bzw. nur noch sehr ausgewählt angeboten werden.

¹ Auswertungsberichte zu den Virtuellen TUCtagen im Januar und Juni 2021 sowie Januar 2022

² Auswertungsbericht zu den Virtuellen TUCtagen im Juni 2021

In Anbetracht dieser Tatsache wurde am 11. Juni 2022 in Ergänzung zu den vergangenen rein virtuellen Studienorientierungsveranstaltungen eine Präsenzveranstaltung für Studieninteressierte in den Innen- und Außenbereichen der neuen Universitätsbibliothek durchgeführt.

Das Entdecken des Studierens als Aufbruch und Übergang in eine neue Lebenssituation erfordert wieder vermehrt die emotionale Erfahrbarkeit, das atmosphärische Erleben und die Inspiration der Universität als lebendiger, aktivierender, physischer Raum.

Das **Motto**, welches Studieninteressierte ansprechen sollte, lautete: *"Entdecke deine Zukunft! Studiere in der Kulturhauptstadt Europas 2025!"* Dieser Slogan wurde bereits in einem Werbespot im Rahmen der EDEKA-Bildschirmwerbung im Juli 2021 und Januar 2022 eingesetzt. Das Entdecken von etwas bislang Unbekanntem bzw. die Suche, das Erforschen und Erkunden von etwas Neuem als Teil eines individuellen biografischen Übergangs und der eigenen Zukunft an einem aufstrebenden und attraktiven Studienstandort, der Kulturhauptstadt Europas 2025, rückt damit in den Vordergrund.

Ziel der Veranstaltung war es, den Hauptzielgruppen allgemeine Informationen zum Studieren sowie zu den Studienmöglichkeiten an der TU Chemnitz zu geben. Die Zielgruppen sollen in der Lage sein, den Lebensabschnitt „Studium“ realistisch und kritisch einzuschätzen und zu klären, welche Studienmöglichkeiten zu den individuellen Stärken passen. Darüber hinaus sollten bereits grundlegende Fragen zum konkreten Ablauf des Studiums bzw. des Studienganges, zu Unterschieden zwischen Fachhochschule und Universität, beruflichen Anschlussoptionen, Bewerbungsverfahren, internationaler Mobilität, Finanzierungs- und Wohnmöglichkeiten sowie zu den Optionen zur Freizeitgestaltung beantwortet werden.

Die mit dem Rektorat abgestimmten Hauptzielgruppen waren folgende:

Hauptzielgruppe Prio 1: Schüler*innen der Klassen 11, 12 und 13 mit Fokus auf Sachsen sowie Thüringen, Bayern und Sachsen-Anhalt

Hauptzielgruppe Prio 2: Bachelor-Absolvent*innen und Studiengangwechsler aus anderen Hochschulen bundesweit

2 Termin

Der Hochschulinformationstag fand am **Samstag, den 11. Juni 2022 zwischen 10 und 15 Uhr** statt. Folgende Gründe sprachen für die Auswahl des Termins:

- mündliche Abiturprüfungen in Sachsen endeten am 09.06.2022
- keine Überschneidung mit Hochschultagen ausgewählter anderer sächsischer Hochschulen (z. B.: 09.04. Mittweida, 30.4. WH Zwickau, 07.05. HTWK Leipzig, 14.05. TUBA Freiberg & Uni Leipzig, 21.05. TU Dresden)
- keine Überschneidung mit Feiertagen (Himmelfahrt, Pfingsten)
- Wochenendtag -> keine Schulzeit sowie Möglichkeit für Studieninteressierte mit weiter Anreise

3 Zeitplan

- 30.03.2022 ● Erste Infomail mit Save-the-date und Ankündigung einer hybriden Veranstaltungsplanung an alle Akteur*innen
- 07.04.2022 ● Konzeptabstimmung mit Akteur*innen
- 20.04.2022 ● Übersendung der Materialabfrage für alle Akteur*innen
- 22.04.2022 ● Einreichung Konzept im Rektorat
- 01.05.2022 ● Genehmigung der Veranstaltung durch das Rektorat
- 20.05.2022 ● Rückmeldeschluss Akteur*innen
- 02.06.2022 ● Versand eines Planungsleitfadens inkl. Lageplan, Hygienekonzept sowie Programm an alle Akteur*innen
- 02.06.2022 ● Launch Landingpage www.studium-in-chemnitz.de
- 11.06.2022 ● hybrider Veranstaltungstag
- 13.06.2022 ● Rückbau der Landingpage



4 Programm - Präsenz

Die Veranstaltung wurde unter den geltenden Corona-Schutzbestimmungen an der TU Chemnitz mit dem Fokus auf das neue Bibliotheksgebäude durchgeführt. Alle Fakultäten und Zentralen Einrichtungen erhielten die Möglichkeit, sich mit Informationsständen und einer begrenzten Teilnehmerzahl von Akteur*innen an der Veranstaltung zu beteiligen. Der Fokus lag auf der Vermittlung von allgemeinen Studienganginformationen sowie der Face-to-Face-Beratung. Demzufolge wurde der Aufbau von Exponaten nur in einem begrenzten Rahmen durchgeführt und war nur für wenige Highlights angedacht.

Auf dem Vorplatz der Universitätsbibliothek konnte man sich mit einem Imbiss am Stand des Studentenwerks Chemnitz-Zwickau, mit Smoothies oder mit Popcorn stärken. Außerdem erhielten alle Studieninteressierten eine TUC-Überraschungstüte. Musikalisch wurde die Veranstaltung von Radio UNiCC begleitet.

4.1 Bibliotheksführungen



Damit Schülerinnen, Schüler und Studieninteressierte ihren zukünftigen Lernort noch besser kennenlernen konnten, wurden in dem frisch sanierten Bibliotheksgebäude ab 10:30 Uhr stündlich Führungen angeboten. Das in den letzten Monaten bereits mit zwei Architekturpreisen ausgezeichnete Gebäude, konnte bei jeder Führung von 19 Personen zeitgleich erkundet werden.

Führungen: 10:30 Uhr, 11:30 Uhr, 12:30 Uhr, 13:30 Uhr, 14:30 Uhr

4.2 Laborführungen Chemie



Studieninteressierte, die schon immer einmal wissen wollten, wie ein chemisches Labor von innen aussieht, erhielten die Möglichkeit, ausgewählte Labore des Institutes für Chemie kennenzulernen. Neben Hörsälen und modernen Syntheselaboren wurden Forschungsgroßgeräte gezeigt. Um in die Welt der Chemie einzutauchen, wurden zudem einige Experimente durchgeführt. Die Gruppengröße der Führungen lag zwischen 6 und 8 Personen.

Führungen: 11:00 Uhr, 12:00 Uhr, 13:00 Uhr, 14:00 Uhr

4.3 Laborführungen Physik



Schüler*innen haben ebenso die Möglichkeit erhalten, die Labore und Räumlichkeiten des Instituts für Physik kennenzulernen. Dabei wurden aktuelle Forschungs-Highlights, etwa aus der Quantenphysik, demonstriert. Die Teilnehmerzahl war auf 40 Personen begrenzt, welche in mehrere Gruppen aufgeteilt wurden.

Führungen: 13:00 Uhr und 15:00 Uhr

4.4 Erlebnisstraße Maschinenbau



Die Fakultät für Maschinenbau bot darüber hinaus auf dem Campus an der Reichenhainer Straße von 11 bis 15 Uhr an 17 Stationen Einblicke in die vielfältige Welt des Maschinenbaus. Das Programm der Erlebnisstraße Maschinenbau reichte von der Vorstellung virtueller Technologien über Angebote zum Selbstfertigen verschiedener Souvenirs bis hin zu zahlreichen Vorführungen wie den gedruckten Lautsprechern.

4.5 Vorträge und Workshops

Können Ingenieur*innen die Welt retten? Was hat der Klimawandel mit dem Chemiestudium zu tun? In den Vorträgen und Workshops konnten Studieninteressierte tiefer in ihre Interessen eintauchen und sich ein genaues Bild von den Studiengängen und Fachrichtungen an der TU Chemnitz machen. Die Zentrale Studienberatung informierte außerdem zu allgemeineren Fragen, wie Studienmöglichkeiten und Informationen zur Bewerbung. Alle Vorträge und Workshops fanden in den Räumen A und B im IdeenReich der Universitätsbibliothek statt.

Uhrzeit	Raum A	Raum B
10:00 - 10:30	Zentrale Studienberatung Studieren in Chemnitz Studienmöglichkeiten und Informationen zur Studienbewerbung	
10:30 - 11:00	Zentrum für Lehrerbildung Grundschullehrer*in werden in Chemnitz	Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften Psychologie und Psychotherapie studieren - neue Wege im Studium
11:00 - 11:30	Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik Medizintechnik im klinischen Alltag	Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Plan W – Wirtschaft studieren
11:30 - 12:00	Fakultät für Mathematik Mathematik oder MINT studieren in Chemnitz	Philosophische Fakultät Studiengänge der Medienforschung & Anglistik/Amerikanistik in Chemnitz studieren
12:00 - 12:30	Fakultät für Informatik Die Studiengänge der Fakultät für Informatik	Internationales Universitätszentrum Entdecke die Welt! Auslandsaufenthalte während des Studiums
12:30 - 13:00	Fakultät für Maschinenbau Können Ingenieur/-innen die Welt retten? Eine Anleitung zum nachhaltigen Maschinenbau	Philosophische Fakultät Europakompetenz in Chemnitz – Das Europa-Institut der TUC & Politikwissenschaften in Chemnitz studieren
13:00 - 13:30	Universitätsbibliothek Die neue LENA - in 6 Schritten zur Facharbeit	Studentenwerk Chemnitz-Zwickau BAföG lohnt sich – Erfahre alles rund ums BAföG
13:30 - 14:00	Fakultät für Naturwissenschaften Institut für Chemie Politik & Klimawandel - wie können, wie müssen wir unsere Energieversorgung umstellen?	Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Plan W – Wirtschaft studieren
14:00 - 14:30	Zentrale Studienberatung Studieren in Chemnitz Studienmöglichkeiten und Informationen zur Studienbewerbung	Philosophische Fakultät Pädagogik in Chemnitz studieren
14:30 - 15:00	Zentrum für Lehrerbildung Grundschullehrer*in werden in Chemnitz	Philosophische Fakultät Interkulturelle Kommunikation & Germanistik an der TUC studieren

5 Programm - Digital

Parallel zur Präsenzveranstaltung wurde die bestehende und etablierte Landingpage www.studium-in-chemnitz.de als zentraler digitaler Informations-Hub genutzt. Auf der Landingpage wurden allgemeine Informationen zum Studieren sowie zu den Studienmöglichkeiten an der TU Chemnitz in Form von Videos, Bildergalerien und Direktlinks veröffentlicht.



HERZLICH WILLKOMMEN



Herzlich willkommen
[Intro- und Willkommensvideo](#)

SEI LIVE VOR ORT - 11.06.2022



Programmübersicht des Hochschulinformationstages
Direktlink zur [Veranstaltungsw Webseite](#)

Entdecken und Mitreden

11+1 GRÜNDE FÜR EIN STUDIUM AN DER TU UND IN CHEMNITZ



11+1 Gründe für ein Studium in Chemnitz
[Zum Video](#)

STUDIENANGEBOTE



Studienangebote
Übersicht mit Clusterung aller Studienangebote der TU Chemnitz entlang etablierter Rubriken

Entdecke, was zu dir passt

VIDEOEINBLICKE



Fokus zum Studium Fokus Campus Fokus Chemnitz Fokus Forschung

Videoeinblicke
[FAQ-Videos](#), [Studium in Corona-Zeiten](#), [Playlist Fokus Campus](#), [Playlist Fokus Forschung](#), [Playlist Fokus Chemnitz](#)



Fokus Studiengänge

Entdecken und Staunen

NEU Playlist der [Studiengangvideos](#)

STUDIENBERATUNG MIT RÜCKRUF-OPTION



Allgemeine Studienberatung
Servicebereich der Zentralen Studienberatung sowie des Internationalen Universitätszentrums mit Beratungsmöglichkeiten von 10 bis 16 Uhr

Wir sind für dich da!

MACH DIR EIN BILD VON UNS



Mach dir ein Bild von uns
Social Media Bildmaterial mit Links zu [360° Bilder-Tour](#), [Bildergalerie](#), interaktivem [Hörbuch „Klassenfahrt“](#) sowie Instagram

VERBINDE DICH MIT UNS



Verbinde dich mit uns
Social Media Direktlinks zu Instagram, YouTube, Twitter und Facebook

GUT ZU WISSEN



Gut zu wissen
Direktlinks zu [FAQs](#), [Wohnen](#), [Finanzieren](#) und [Campusüberblick](#)

RANKINGS & STUDIENBEDINGUNGEN



Hochschulranking
[Informationen zu Hochschulranking-Ergebnissen](#)

WIR FREUEN UNS AUF DICH



Einschreibung
Direktlink zum Bewerbungsportal

6 Auswertung der Werbeaktivitäten

Es erfolgte eine umfassende Bewerbung des TUCtages, sowohl analog als auch digital wurde die Zielgruppe der Schüler*innen sowie deren Eltern und Großeltern adressiert:

- Versand von Informationsmaterialien an Schulen
- Riesenposterplakatierung
- Edeka Bildschirmwerbung
- Public Video Screens Ströer
- Hochschulprofil auf Studycheck.de
- Pressemitteilungen der TU Chemnitz
- Kampagne auf Tag24
- Werbemaßnahmen in Social Media Kanälen

VERBINDE DICH MIT UNS



6.1 Versand von Informationsmaterialien an Schulen

- Veranstaltungsankündigung (inkl. Versand von e-Plakaten) per E-Mail an über 650 Schulleitungen in Sachsen, Thüringen, Bayern, Hessen, Sachsen-Anhalt
- Newsletter-Versand über 4teachers.de an 40.209 Lehrerinnen und Lehrer im Rahmen der Studienwerbekampagne (Verweis auf Hörbuch "Klassenfahrt" und Hochschulinformationstag)



6.2 Riesenposterplakatierung

- Großplakatierung MOXXO Riesenposter auf der Zwickauer Straße in Chemnitz im gesamten Juni
- 64 m² Werbefläche mit 14.500 täglichen Kontakten und 435.000 monatlichen Kontakten



6.3 Edeka Bildschirmwerbung

- Produktion eines Digitalplakats
- Ausstrahlung in 25 größeren EDEKA-Märkten in Sachsen mit zwei Wochen Laufzeit



6.4 Public Video Screens Ströer

- Ströer Digitalkampagne auf Public Video Infoscreens (digitale Großbildflächen an zentralen, hochfrequentierten Knotenpunkten im Bahnhof) vom 6.6. bis 12.6.2022
- Leipzig: 6 Screens im Hauptbahnhof, 2 Screens im Bahnhof Markt
- Dresden: 3 Screens im Hauptbahnhof

6.5 Hochschulprofil auf Studycheck.de

- Einrichtung eines [Premiumprofils auf Studycheck.de](#) inklusive prominent dargestellter Veranstaltungsankündigung



6.6 Pressemitteilungen der TU Chemnitz

- Einbindung der zentralen TUCaktuell-Meldung in der „Edelposition“ der Homepage der TU Chemnitz und fortlaufende Aktualisierung dieser Meldung
- Pressemitteilung mit Bezug zum Hochschulinformationstag: [Auf zum Hochschulinformationstag „TUCdiscover“ an der TU Chemnitz!](#) vom 02.06.2022, Versand an 311 Medienkontakte der TU Chemnitz
- TUCaktuell-Meldungen mit Bezug zum Hochschulinformationstag:
 - [Botschafterinnen und Botschafter für die TU Chemnitz](#) vom 16.05.2022
 - [Studierende geben der TU Chemnitz sehr gute Noten](#) vom 03.05.2022



6.7 Medienspiegel

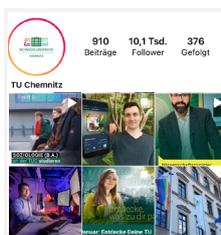
Unter anderem:

- [TAG24](#) am 03.06. und 10.06.2022
- [Amtsblatt Chemnitz](#) am 03.06.2022
- [Chemnitzer Blick](#) am 07.06. und 08.06.2022
- [Freie Presse](#) am 10.06.2022
- Stadtstreicher Juni 2022
- Radio Chemnitz am 10.06.2022



6.8 Kampagne auf Tag24

- Native Ads auf Tag24 Webseite und Social Media Ads via Instagram und Facebook
- Chemnitz + 50km Umkreis
- Laufzeit: 03.06. - 11.06.2022
- detaillierte Auswertung im Kapitel 7



6.9 Werbemaßnahmen in Social Media Kanälen

- umfassende Bewerbung des Hochschulinformationstages auf den Kanälen der Technischen Universität Chemnitz (Instagram, Facebook, Twitter, YouTube)
- detaillierte Auswertung im Kapitel 8



6.10 Weitere Veranstaltungsankündigungen

- **Stadtstreicher:** Aufnahme in die Rubrik Veranstaltungstipps des Chemnitzer Magazins Stadtstreicher in der Ausgabe 06 – 08/2022
- **Stadt Chemnitz:** Eintragung in den Veranstaltungskalender und Aufnahme als Top-Event auf der Startseite von chemnitz.de
- **Studieren.de** und **Pack-dein-studium.de:** Terminankündigung innerhalb der Webseite bzw. in deren Veranstaltungskalender
- **Informationsdienst Wissenschaft:** Versand der Mitteilung ["Auf zum Hochschulinformationstag „TUCdiscover“ an der TU Chemnitz!"](#) an 2.388 Abonentinnen und Abonnenten

7 Auswertung der Werbekampagne Tag24

Performance der Native Ads

Insgesamt wurden 5 Werbeanzeigen im Kampagnenzeitraum vom 03.06. bis 11.06.2022 geschaltet.



Darüber wurden folgende Views und Interaktionen, insbesondere Link-Klicks auf die Veranstaltungswebseite sowie die Landingpage erzeugt:

655.283 erreichte Personen

83.795 Interaktionen

2:21 Min. durchschnittliche Besuchszeit

235 Outbound Link-Klicks auf TUC Seiten



Performance der Social Ads

Parallel zu den Native Ads wurden Instagram sowie Facebook von Tag24 bespielt. Dabei wurden folgende Ergebnisse erzielt:

28.960 erreichte Personen

49 Likes/Reaktionen

4 gespeicherte Beiträge

5 Shares



8 Auswertung der Social Media Aktivitäten



8.1 Facebook

Ziel war es, mit mehreren Informations- und Stimmungsbeiträgen zum einen die Kampagne „TUCdiscover“ bekannter zu machen und zum anderen v. a. die Zielgruppe „Eltern/Bekannte/Verwandte (35+)“ anzusprechen. Das ergibt sich aus dem Nutzungsschwerpunkt von Facebook in dieser Altersgruppe.

Ein weiteres Ziel war, möglichst viele Link-Klicks sowie Impressionen/Kontakte zu generieren und auf die Landingpage www.studium-in-chemnitz.de zu führen. Für diese Kampagne wurden die organischen Postings zugunsten der Social-Ad-Kampagne der kooperierenden Agentur „We are family“ reduziert.

Im Kernzeitraum der Kampagne vom 1. bis 11. Juni 2022 wurden **6 organische Feedposts** bei Facebook veröffentlicht. Die Beiträge erzielten eine **Reichweite von 11.708 Views und 180 Link-Klicks** auf Facebook.

Hinweis: Aufgrund der parallelen Ausspielung der Studienwerbekampagne "TUCdiscover" konnte nur der organische Content ausgewertet werden. Daher entfallen detaillierte demographische Angaben zu Personen-Segmentierungen, da diese nur im Rahmen von Social Ads einsehbar sind.



8.2 Instagram

Im Kernzeitraum der Kampagne wurden auf Instagram insgesamt **6 Feed-Beiträge, 1 Reel und 90 Story-Slides** (Foto/Video) veröffentlicht. Inbegriffen sind hier erstmalig auch Beiträge der sogenannten „TUCbotschafter*innen“, die die Reichweite der Beiträge beträchtlich steigern konnten.



Gemeinsames Posting mit
TUCbotschafterin Melanie Falke:

762 Likes

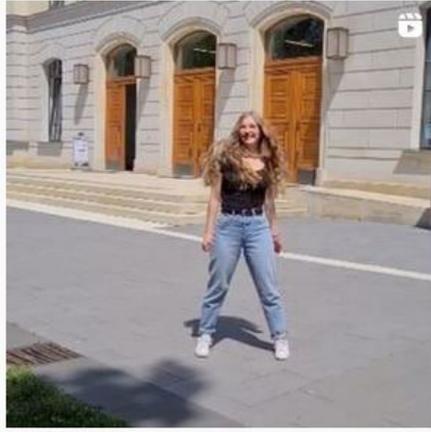
23 Kommentare

20 Speicherungen des Beitrages

8.238 erreichte Personen



Die Feed-Beiträge der Kampagne haben zusammen ca. **33.300 Impressions** (erreichte Personen) erzielt. Die Beiträge der Insta-Story wurden ca. **91.000 Nutzer*innen** angezeigt.



263 Likes

11 Speicherungen des Reels

10.226 Klicks

9.234 erreichte Personen



Eine im Vergleich dazu überdurchschnittlich hohe Reichweite hat das erste Reel, ein mit Musik unterlegtes Kurzvideo, erzielt. Das Reel wurde exklusiv für die Bewerbung des Hochschulinformationstages produziert.

Reels bieten sich für stimmungsvolle Beiträge zur eigenen Marke an, da diese hauptsächlich Nutzer*innen zwischen 16 - 28 Jahre ansprechen und aktuell von Meta/Instagram mit überdurchschnittlicher Reichweite bedacht werden, um dem Konkurrenten TikTok Marktanteile zu nehmen.

Hinweis: Aufgrund der parallelen Ausspielung der Studienwerbekampagne "TUCdiscover" konnte nur der organische Content ausgewertet werden. Daher entfallen detaillierte Angaben zu Link-Klicks, da diese nur im Rahmen von Social Ads einsehbar sind.



8.3 Twitter

Die zu #TUCdiscover abgesetzten **2 Tweets** erzielten insgesamt **1.794 Impressions** (erreichte Personen). Zudem wurden **20 Link-Klicks** auf die Landingpage generiert. Twitter stand aufgrund der vergangenen Erfahrungen sowie der geringen Durchdringung dieser Plattform bei der Zielgruppe für den Hochschulinformationstag nicht im Fokus.



8.4 YouTube

Insgesamt erreichten die Videokampagnen eine hohe Sichtbarkeit und Reichweite. So erreichten die Views im Vergleich zum Vormonat (Mai 2022) eine deutliche Steigerung um rund 29% (5.100 Views mehr). Darüber hinaus steigerte sich die Watchtime um 10% (ca. 146 Stunden mehr) im Vergleich zum Vormonat.

Darüber hinaus steigerten sich im Kampagnenzeitraum die Returning Viewer*innen (wiederkehrende Besucher*innen, die dadurch großes Interesse zum Ausdruck bringen) im Vergleich zum Vormonat um 75% (ca. 274 Returning Viewer*innen).

Die Unique User (neue Besucher*innen) steigerten sich zum Vormonat um rund 28% (3.500 Viewer*innen).

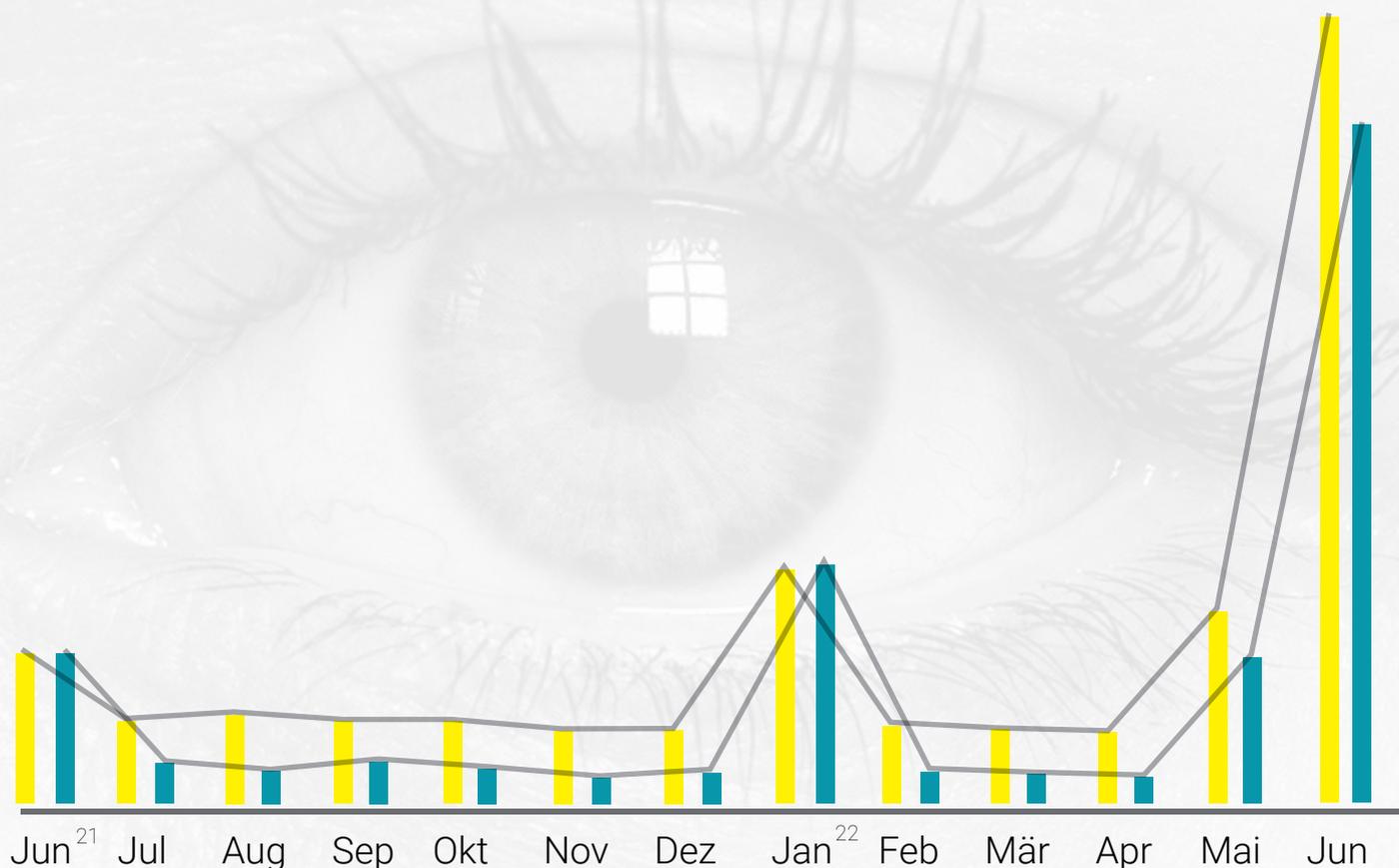
Die enorm gesteigerte Reichweite liegt mit hoher Wahrscheinlichkeit an der, durch die Agentur „We are family“ ausgespielte, SEA-Kampagne für „TUCdiscover“.

9 Auswertung zur Landingpage

Insgesamt zeigt sich eine erhöhte Aufenthaltsdauer von **über drei Minuten** bevor die Landingpage z. B. auf Programmseiten verlassen wird (außerhalb der TUCtage: durchschnittlich 1 Minute). Die durchschnittlichen Zugriffszahlen auf die Landingpage konnten im Vergleich zum virtuellen TUCtag im Juni 2021 um das **5-fache erhöht** werden. Diese enorme Steigerung ist zum einen auf die vielseitigen Werbemaßnahmen, welche die Zielgruppen erreicht haben, und zum anderen auf die parallel laufende [digitale Studienwerbekampagne von TUCdiscover](#), die im Mai 2022 startete, zurückzuführen.

Bookmarks von einer Suchmaschine (meisten Zugriffe):

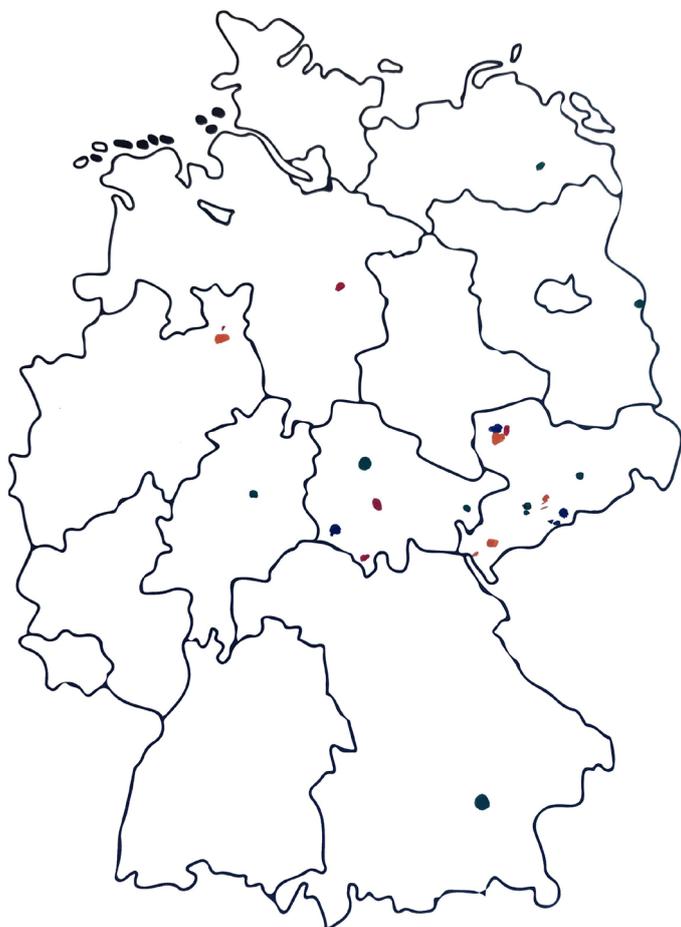
1. Google (13.722 Zugriffe)
2. YouTube (2.971 Zugriffe)
3. Bing (168 Zugriffe)
4. Ecosia (73 Zugriffe)
5. DuckDuckGo (30 Zugriffe)



Monat	Jun 21	Jul 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mär 22	Apr 22	Mai 22	Jun 22
<u>Anzahl der Besucher</u>	6.826	4.120	4.598	4.182	4.198	3.360	3.462	12.377	3.669	3.568	3.216	10.009	44.384
<u>Zugriffe</u>	302.921	72.129	60.537	75.907	65.696	44.021	56.063	545.434	61.432	56.962	52.399	295.333	1.484.041

10 Auswertung der Präsenzveranstaltung

10.1 Besucher*innen-Zahlen



In der Universitätsbibliothek kamen insgesamt rund 800 Besucher*innen, um das umfangreiche Informations- und Serviceangebot wahrzunehmen. Darunter befanden sich sehr viele junge Studieninteressierte, teilweise in Begleitung der Eltern oder Großeltern und wenige Besucher*innen abseits der Zielgruppe.

Das Interesse der Besucher*innen an den angebotenen Vorträgen war sehr hoch. Im Durchschnitt besuchten 25 Teilnehmer*innen die Informationsveranstaltungen.

Die Studieninteressierten traten unterschiedlich lange Anfahrtswege an. Am zentralen Informationsstand wurde vereinzelt die Herkunft der Besucher*innen erfragt (siehe Abbildung). Die Mehrheit kam aus der Region, jedoch wurden auch längere Wege, aus bspw. der Schweiz, Frankfurt am Main oder München in Kauf genommen, um unsere Universität kennenzulernen und sich zu informieren. Auf Rückfrage, wie die Besucher*innen mit weiterer Anreise auf die TU Chemnitz als Studienort aufmerksam geworden sind, nannten sie meistens die Social Media Plattform Instagram.

10.2 Zufriedenheit der Besucher*innen

Die Zufriedenheit der Besucher*innen des Hochschulinformationstages wird als hoch bis sehr hoch eingeschätzt. Die Besucher*innen freuten sich besonders über die Möglichkeit, wieder in Präsenz die Universität kennenzulernen und persönlich mit Studienberater*innen ins Gespräch zu kommen. Viele Besucher*innen haben vor allem die Universitätsbibliothek als Veranstaltungsort positiv wahrgenommen.

„Ich finde das hier alles sehr gut organisiert und freue mich über die Möglichkeit, dass man einfach zu den Leuten am Stand hingehen und Fragen stellen kann.“

Rebecca aus Chemnitz

„Ich und mein Freund Martin, der mich begleitet, interessieren uns für die Master-Angebote, weil wir gern in Chemnitz studieren wollen. Ich studiere aktuell noch Psychologie, Martin studiert Biomedizinische Technik. Wir möchten heute vor allem Informationen aus erster Hand bekommen. Uns gefällt es sehr gut, wie übersichtlich hier alles ist und dass man sich Zeit für uns nimmt.“

Miriam aus Rostock

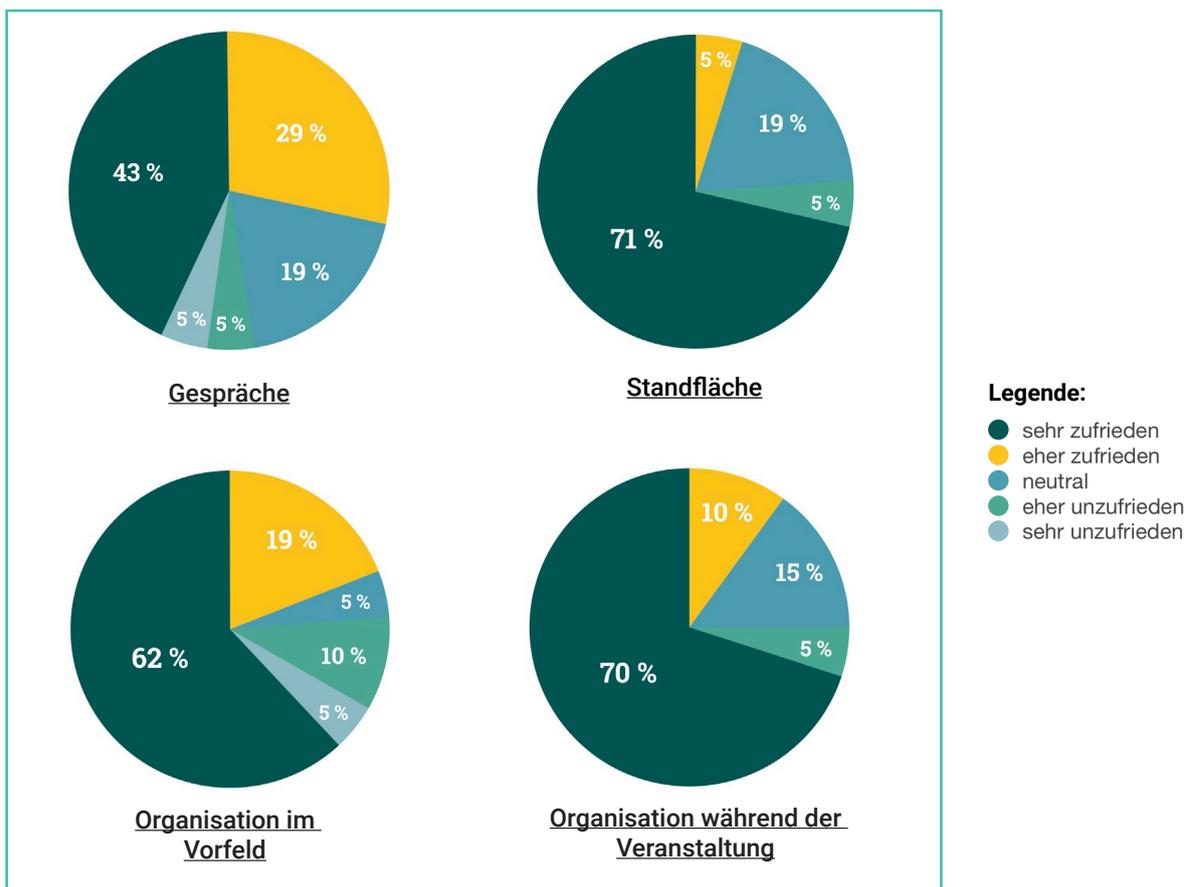
„Die Studienmöglichkeiten in den Bereichen Technik und Chemie interessieren mich besonders. Ich finde es toll, dass es diesen Infotag gibt und dass wir eine Führung mit Experimenten im Bereich Chemie bekommen haben. So bekommt man nochmal einen persönlichen Eindruck vom Studium.“
Nico aus Burgstädt

„Ich habe mich im Vorfeld schon über das Studium informiert und fand es super, dass ich hier im direkten persönlichen Kontakt meine Fragen stellen konnte.“
Lois aus Chemnitz

„Ich interessiere mich für die Bereiche Ingenieurwissenschaften, Elektrotechnik & Wirtschaftsinformatik. Die TU macht einen modernen Eindruck, was mir sehr gut gefällt. Ich finde gut, dass ich durch die Veranstaltungen & Gespräche vor Ort für mich nochmal besser klären kann, in welche Richtung ich gehen möchte.“
Julius aus Leipzig

10.3 Feedback der Standbetreuer*innen

Alle beteiligten Akteur*innen wurden am 11. Juni 2022 im Anschluss an die Veranstaltung gebeten, ein Feedback abzugeben. In dem Fragenbogen wurden die durchgeführten Gespräche, die Standfläche sowie die Organisation im Vorfeld als auch während der Veranstaltung selbst abgefragt. Zudem konnten Gelungenes, Verbesserungsvorschläge sowie allgemeine Anmerkungen vermerkt werden. Die Auswertungen beziehen sich auf insgesamt 22 Rückmeldungen, die von den Standbetreuer*innen ausgefüllt wurden.



Feedback



- tolle Atmosphäre
- viel Platz
- gute Verteilung der Gäste
- nicht so laut wie im Zentralen Hörsaalgebäude



- Anzahl Anwesender am Stand begrenzt³
- Unglücklich, nicht alle Kollegen aus allen Fachgebieten erlaubt, dadurch Interessenten verloren³
- Pavillon und Stühle zur Verfügung stellen⁴
- Freifläche besser nutzen
- mehr Aktionen und Publikumsmagnete
- mehr Essens- und Foodtruckmöglichkeiten
- Warum Angebot hybrider Veranstaltungen untersagt?⁵

Anregungen/Wünsche

- zukünftige Veranstaltungen gern wieder in der Universitätsbibliothek durchführen
- Orangerie als Veranstaltungsort
- Veranstaltung im Juni in Universitätsbibliothek, im Januar in Orangerie
- Besseres Leitsystem (z. B. Rollups, Aufsteller, etc.)
- Stand in einem Satz auf der Vorberichtserstattung zusammenzufassen, wäre gut

³ *Anmerkung TUCdiscover:* Die Personenanzahl war aufgrund der Coronaauflagen begrenzt.

⁴ *Anmerkung TUCdiscover:* Es bestand die Möglichkeit, Pavillions sowie Stühle innerhalb der Materialabfrage, welche am 30.04. an alle Akteure verschickt wurde, anzugeben bzw. zu bestellen.

⁵ *Anmerkung TUCdiscover:* Am Hochschulinformationstag stand die Präsenzveranstaltung im Fokus. Von dem Anbieten digitaler Formate wurde aufgrund der Aufwand-Nutzen-Abwägung (siehe Kapitel 1) abgeraten, den Fakultäten und Institutionen wurde es aber nicht verboten.



11 Fazit

Besucher*innen-Zahlen

Insgesamt war der erste Hochschulinformationstag nach etwa zwei Jahren in Präsenz ein voller Erfolg. Vor Ort konnten sehr hohe Besucher*innenzahlen festgestellt werden. Die Interessierten legten sogar weite Anfahrtswege auch außerhalb von Sachsen zurück, um sich über das Studienangebot der TU Chemnitz zu informieren. Die Vorträge, Führungen sowie Laborbesichtigungen wurden von den Besucher*innen sehr gut angenommen. Durchschnittlich konnten pro Vortrag 25 bis 30 Teilnehmer*innen verzeichnet werden. Aufgrund der hohen Nachfrage musste sogar zum Teil der Zugang zu vereinzelt Vorträgen beschränkt werden. Sowohl Teilnehmende als auch Akteur*innen zeigten eine hohe Zufriedenheit.

Neben den Zahlen der Besucher*innen konnten auch überdurchschnittliche viele Zugriffszahlen auf der Landingpage am Eventtag sowie am Folgetag festgestellt werden. Diese sprechen dafür, dass die Teilnehmer*innen ihren Besuch nachgearbeitet und sich noch umfassender mit dem Studienangebot und der TU Chemnitz auseinandergesetzt haben.

Beratungen & Interaktionen

Die Standbetreuer*innen berichteten von einer hohen Qualität der Gespräche und einer ebenso hohen Trefferquote der Zielgruppe Abiturienten. Die Interessierten waren informiert, interessiert und haben gezielt Fragen gestellt. Es kann angenommen werden, dass der Zeitpunkt des Hochschulinformationstages der TU Chemnitz sich günstig darauf auswirkte. Die anderen sächsischen Universitäten und Hochschulen hatten bereits den Informationstag früher durchgeführt. Es waren einige der Besucher*innen bereits auf vielen Veranstaltungen und somit besser vorbereitet.

Veranstaltungsort

Die Zielgruppe war sehr erfreut, die Universität, insbesondere die Universitätsbibliothek, als potentiell zukünftigen Lernort, wieder in Präsenz kennenzulernen und Gespräche mit den Ansprechpersonen der Fakultäten sowie Zentralen Einrichtungen in direktem Kontakt zu führen.

Die Akteur*innen erwähnten außerdem, dass durch den Veranstaltungsort der Universitätsbibliothek der Fokus verstärkt auf den Gesprächen und somit der Beratung der Studieninteressierten lag, was die Qualität maßgeblich anheb. Zukünftig wäre es denkbar, dass der Tag der offenen Tür im Januar im Neuen Hörsaalgebäude und der Hochschulinformationstag im Mai bzw. Juni in der Universitätsbibliothek stattfindet.