

**23.1.2026****Author**

KRAHN, Britta; RIETZ, Christian

**Title**

Sammelband Hochschul-Services : Beiträge zu Veranstaltungen der Reihe "Hochschulen im Fokus"  
der University Partners Interchange GmbH, Frühjahr/Sommer 2010 in Bonn / Britta Krahn ; Christian  
Rietz (Hrsg.)

**Publisher**

Bonn : DHI, Dt. Hochschul-Inst., 2012

**Collation**

223 S.: graph. Darst.

**Publication year**

2012

**Series**

(Schriftenreihe Hochschulen im Fokus ; 2012, 1)

**ISBN**

978-3-9814675-1-2

**Source/Footnote**

Enth.: Hochschulmarketing - Marken, Profile und Kommunikation. - Servicewüste Hochschule?. -  
Campus Management - IT follows strategy?

**Inventory number**

78588

**Keywords**

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschule : Virtuelle Hochschule ;  
Hochschulreform : allgemein ; Hochschule : Verwaltung allgemein ; Kommunikationstechnik ;  
Multimedia / Internet ; Qualitätssicherung ; Studentenwerke : Sachsen ; Berufung : allgemein ;  
Hochschullehrer : allgemein ; Deutscher Akademischer Austauschdienst ; Hochschulen : Aachen TH :

**23.1.2026**

Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Augsburg U : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Braunschweig TU : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Bremen HfK : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Bremen U : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Darmstadt FH : Personal, Vorlesungen ; Hochschulen : Frankfurt/Main FH : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Hamburg-Harburg TU : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Köln U : Studentenschaft, Studium ; Prüfungsordnungen : Ingenieure (allg.) ; Prüfungsordnungen : Mathematik ; Prüfungsordnungen : Naturwissenschaften ; Ausland : Niederlande : Studium, Studenten, Lehre ; Ausland : Schweiz : einzelne Hochschulen ; Ausland : Schweiz : Studenten, Studium, Lehre

**Abstract**

Die tiefgreifenden Veränderungen der letzten Jahre in der deutschen Hochschullandschaft stellen die Hochschulen vor die große Herausforderung, nicht nur die Qualität von Lehre und Forschung zu gewährleisten und zu optimieren, sondern sich als eigenständige, moderne Lehr- und Forschungsorganisationen im Wettbewerb um Ressourcen und Personen auf nationaler und internationaler Ebene zu behaupten. Dabei gewinnen Themen wie professionelles Hochschulmarketing nach außen und innen oder auf die verschiedenen Akteure und Zielgruppen zugeschnittene Serviceangebote genauso an Bedeutung wie die Implementierung von leistungsfähigen, integrierten Campus-Management-Systemen. Dieser Tagungsband bündelt unter dem übergreifenden Titel Hochschul-Services die Beiträge der 2010 in Bonn durchgeführten Fachtagungen ?Hochschulmarketing?, ?Servicewüste Hochschule?? und ?Campus Management? mit Ideen, Konzepten und Lösungen aus der Hochschulpraxis. (HRK / Abstract übernommen)

**Signature**

H 07 SAMM