

13.2.2026

Author

MÜLLER, Ulrich (LANGER, Markus F.)

Title

Sich einen Namen machen : Kriterien für die Namensgebung von Hochschulen / Ulrich Müller ; Markus F. Langer

Publisher

Gütersloh, 2014

Collation

22 Bl.

Publication year

2014

Series

(Arbeitspapier / Centrum für Hochschulentwicklung ; 170)

ISBN

978-3-941927-43-8

Source/Footnote

Internet: http://www.che.de/downloads/CHE_AP_170_Hochschulnamen.pdf

Inventory number

44482

Keywords

Hochschulen : allgemein ; Hochschule : gegenwärtige Situation

Abstract

Ein guter Name bringt die Identität einer Hochschule auf den Punkt. Zahlreiche Hochschulen haben in den letzten Jahren ihren Namen geändert, um möglichst konkret ihr strategisches Profil und ihre Stärken zu verdeutlichen. Aus der ?Fachhochschule Gießen-Friedberg? etwa wurde die ?Technische

13.2.2026

Hochschule Mittelhessen?, die ?Fachhochschule Eberswalde? heißt inzwischen ?Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH)?. Worauf Hochschulen bei einer Umbenennung achten sollten, haben Marketingfachmann Markus F. Langer, Leiter Friendraising & Fundraising der Stiftung Universität Hildesheim und Ulrich Müller, Projektleiter beim CHE Centrum für Hochschulentwicklung, untersucht. Vielen Hochschulen reicht das Wort ?Universität? bzw. ?Fachhochschule? in Verbindung mit dem Ortsnamen völlig aus. In der Tat ist der gesetzlich geschtzte und positiv assoziierte Begriff der ?Hochschule? oder ?Universität? allein schon Gold wert. Aber eine Hochschule hat Vorteile, wenn sie besser als andere mit ihrem Hochschulnamen ihre Positionierung deutlich macht und die Einzigartigkeit des Hochschulprofils transportiert. Dabei kann ein Hochschulname fehlende strategische Leitvorstellungen und mangelnde Leistung in Forschung und Lehre nicht ersetzen oder überdecken. Ulrich Müller: ?Der Ruf einer Hochschule hängt in erster Linie von ihrer Leistung ab. Ein adäquater Hochschulname kann aber die inhaltliche Arbeit unterstützen, indem er die Hochschule kommunikativ positiv positioniert.? Ein gut gewählter Hochschulname weckt Erwartungen, schafft Vertrauen und verspricht Leistungen ? diese Versprechen muss die Hochschule dann auch faktisch einlösen. Markus F. Langer und Ulrich Müller erläutern in dem CHE-Arbeitspapier ?Sich einen Namen machen ? Kriterien für die Namensgebung von Hochschulen?, wie verschiedene Namensoptionen gegeneinander abgewogen werden können und wie der Namenswechsel zu gestalten ist. Müller: ?Ein neuer Name sollte nicht allein aufgrund subjektiver Geschmacksfragen gesucht werden ? die von uns vorgeschlagenen Kriterien bieten einen Rahmen als objektivierende Bezugsgröße.? (HRK / Abstract übernommen)

Signature

95 790