

## Internationales Marketing an deutschen Hochschulen: GATE-Germany veröffentlicht neue Studie

17.08.2017 | Internationalisierung Deutschlands, Bi-/Multilaterales

<http://www.gate-germany.de/schriftenreihe/internationales-marketing-an-deutschen-hochschulen-band-14-2017.html>

Obwohl internationales Hochschulmarketing an nahezu allen deutschen Hochschulen betrieben wird, sind die strukturellen und organisatorischen Bedingungen sehr heterogen. Eine neue Studie erfasst und beschreibt diesen komplexen Status Quo.

Internationales Marketing ist an den Hochschulen heute allgegenwärtig: Sie entwickeln Rekrutierungsstrategien für internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie für Studierende, sie entsenden Delegationen in strategische Partnerländer, sie erarbeiten ein internationales Markenprofil, werben auf internationalen Messen und werten internationale Rankings aus. Inwiefern es eigens hierfür eingesetzte Managerinnen und Manager für internationales Marketing oder Marketingbeauftragte gibt und wie zentral oder dezentral internationales Marketing betrieben wird, ist von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich. Auch Budget und Bedeutung, die internationalem Marketing beigemessen werden, differieren stark. GATE-Germany hat 2016 die vorliegende Studie in Auftrag gegeben. Durch eine Onlinebefragung sowie Fallstudien an acht Hochschulen ergibt sich ein differenziertes Bild zur Verortung und Anbindung des internationalen Marketing sowie zu Kommunikation, Ressourcen und Umsetzung.

Quelle: GATE-Germany

Redaktion: 17.08.2017 von Miguel Krux

Länder / Organisationen: Global, Deutschland

Themen: Bildung und Hochschulen

[Zurück](#)

---

## Weitere Informationen