

Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer

Kommunikationskonzept, Umsetzung und Evaluation

Cordula Albersmann

Björn Hollburg

Inhalt

1	Kommunikationskonzept	2
1.1	Ausgangslage	2
1.2	Kommunikationsziele	3
1.3	Zielgruppen.....	4
1.4	Zielgebiet.....	6
1.5	Zeitraum	6
1.6	Zentrale Botschaften	7
1.7	Werbemittel und Werbeträger	8
2	Umsetzung des Kommunikationskonzepts	9
2.1	Gestaltung der Werbemittel und Werbeträger	9
2.1.1	Flyer: „Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region“	9
2.1.2	Broschüre „Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein – unsere Hochschulzertifikatskurse“	11
2.1.3	Flyer	12
2.1.4	Presseartikel	14
2.1.5	Printanzeigen und Poster	14
2.1.6	Homepage	15
2.1.7	Flyer „Lehre in der wissenschaftlichen Weiterbildung – Impulse durch Wissenstransfer“ ..	21
2.2	Marketingmaßnahmen innerhalb der Projektlaufzeit	22
3	Auswertung der Kommunikationsmaßnahmen	23
3.1	Auswertung der Beratungsprotokolle und Erwartungsabfrage	23
3.2	Auswertung der Marketingmaßnahmen.....	23
4	Zusammenfassung	29

1 Kommunikationskonzept

1.1 Ausgangslage

Die Hochschule Niederrhein nutzt das Bund-Länder-Programm: „Aufstieg durch Bildung“, um mit dem Projekt „Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region“ ihr Wissen erstmals gezielt für Berufstätige nutzbar zu machen. Um einen möglichst großen Kreis von Berufstätigen anzusprechen und schnell ein Angebot aufbauen zu können, konzentriert sich das Projekt auf die Entwicklung von Hochschulzertifikatskursen. Mit diesem Format soll fundiertes Fachwissen zu berufsspezifischen Themen in einem überschaubaren Zeitraum vermittelt werden. Bei der Konzeption des Angebots hat die berufliche Verwertbarkeit des akademischen Wissens oberste Priorität.

Die Hochschule Niederrhein will sich als Anbieter von „wissenschaftlicher Weiterbildung“ bewusst von privaten Anbietern sowie den Angeboten von Kammern und Unternehmensverbänden in der Region abheben. Um dies in der Außenkommunikation zu verdeutlichen, nutzt sie die Bezeichnung „Hochschulzertifikate“ für ihre Kurse, in Abgrenzung beispielsweise zu den bereits bekannten „IHK-Zertifikaten“.

Wissenschaftliche Weiterbildung bedingt, dass die Bewerber für den Zugang besondere Qualifikationen mitbringen müssen: ein abgeschlossenes Hochschulstudium und ein Jahr Berufserfahrung oder eine abgeschlossene Berufsausbildung und drei Jahre Berufserfahrung.

Die wissenschaftliche Weiterbildung der Hochschule Niederrhein zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- es werden wissenschaftliche Methoden angewendet oder gelehrt,
- es werden Fachpublikationen einbezogen,
- Professorinnen bzw. Professoren zeichnen für die inhaltlich-fachliche und methodisch-didaktische Gestaltung der Angebote verantwortlich,
- die Inhalte der Hochschulzertifikate sind in einem Studiengang der Hochschule Niederrhein verortbar,
- alle Hochschulzertifikatskurse werden nur von wissenschaftlich ausgebildetem Lehrpersonal durchgeführt oder von Berufspraktikern zusammen mit einem/r Professor/in,
- ein Zertifikat der Hochschule wird nur gegen eine Prüfungsleistung vergeben.

Die Hochschule Niederrhein gibt den Teilnehmenden an ihren Zertifikatskursen das Qualitätsversprechen einer „Weiterbildung auf Hochschulniveau“.

Für solch ein Angebot an wissenschaftlicher Weiterbildung gibt es innerhalb der Region Niederrhein keine Konkurrenz in Form von anderen hochschulischen Anbietern. Die in der Stadt Neuss ansässigen privaten Hochschulen FOM, EU-FH und Rheinische Fachhochschule Neuss bieten alle ausschließlich Studiengänge, aber keine Zertifikatskurse an. Nimmt man einen weiteren Umkreis in den Blick, so

sind vor allem die Fachhochschulen und Universitäten der Städte Duisburg, Essen, Köln und Düsseldorf Konkurrenten sowie im Bereich der technischen Themenfelder das „Haus der Technik“ in Essen.

Durch das Angebot der wissenschaftlichen Weiterbildung öffnet sich die Hochschule für die neue Zielgruppe der Berufstätigen und erweitert für ihre Lehrenden die Möglichkeit, Kontakte zu Unternehmen und Einrichtungen zu knüpfen. Die Teilnehmenden an der Weiterbildung können wichtige Impulse geben für die Aufgaben in Lehre und Forschung.

Als etablierte und regional verbundene Hochschule steht die Hochschule Niederrhein schon seit vielen Jahren mit allen ihren Organisationseinheiten in einem stetigen Austausch mit externen Akteuren und ist bestrebt, dieses Netzwerk stetig auszubauen.

Der Leitsatz der Hochschule Niederrhein zum Thema Netzwerk lautet:

„Beziehungen knüpfen, Verbindungen stärken und Kompetenzen erweitern: Die Hochschule Niederrhein fördert den Kontakt der aktuellen Studierenden, Lehrenden, Mitarbeitenden und Alumni sowie den Austausch mit anderen nationalen und internationalen Hochschulen, Unternehmen und Institutionen.“

Das Projektteam der wissenschaftlichen Weiterbildung wurde organisatorisch im Ressort des Präsidenten angesiedelt. Damit verbunden wurden Zugangsrechte zur Adressdatenbank der Hochschule erteilt, die die bisherigen Unternehmens- und Alumnikontakte speichert. Für die Verwendung der Daten und die externe Kommunikation müssen die internen Absprachen zwischen den Organisationseinheiten der Hochschule sowie das verbindliche Corporate Design der Hochschule eingehalten werden.

1.2 Kommunikationsziele

Das Team der Weiterbildung verfolgt mit den Kommunikationsaktivitäten mehrere übergeordnete Ziele:

1. Hochschule generell als Weiterbildungsanbieter einer breiten Öffentlichkeit bekannt machen
2. Einzelne Angebote bei der definierten Zielgruppe bekannt machen
3. Hochschule als Anbieter von fachlich fundierter anwendungsbezogener Weiterbildung bei den Unternehmen bekannt machen
4. Reputation auf Spezialgebieten stärken
5. Die wissenschaftliche Weiterbildung als neue Organisationseinheit innerhalb der Hochschule etablieren

Entsprechend dieser Ziele werden die Werbemittel beziehungsweise Werbeträger ausgesucht (s. 1.7).

1.3 Zielgruppen

Das Projekt „Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region“ kennt aufgrund bereits durchgeführter Befragungen die Bedarfe von bestimmten Zielgruppen ihres Weiterbildungsangebots und kann diese Zielgruppen entsprechend beschreiben.

a) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Region

Die Hauptzielgruppe der Hochschulzertifikatskurse sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unternehmen und Einrichtungen innerhalb der Region Niederrhein. Ein Bachelor-Abschluss ist keine zwingende Teilnahmevoraussetzung, aber eine abgeschlossene Ausbildung und Berufserfahrung.

Aus der Erwartungsabfrage im Rahmen der Evaluation der Kurse wissen wir, dass die Teilnehmenden sich einmal einen konkreten Nutzen erhoffen, denn 82 Prozent haben angegeben, dass die Kursinhalte für ihre berufliche Praxis wichtig sind. Außerdem haben sich viele Befragte das Ziel gesetzt, ihr neues Wissen in der Praxis umzusetzen. Gleichzeitig zeichnen sich die Teilnehmenden durch Neugier und Wissbegierde aus: 72 Prozent gaben an, dass sie mal wieder etwas Neues lernen möchten. Dabei erwartet die Mehrheit von ihrem Hochschulzertifikatskurs, dass ein ausgeglichenes Verhältnis von Theorie und Praxis erreicht wird.¹

b) Alumni

Eine für die Hochschule sehr wichtige Teilzielgruppe innerhalb der Berufstätigen sind die Alumni der Hochschule Niederrhein. Dies ergibt sich zum einen aus der Analyse von bereits veröffentlichten Studien zum Weiterbildungsverhalten in Deutschland.² Danach zeigt sich, dass die 25-34-Jährigen mit 13 Prozent die höchste Teilnehmer-Quote bei individueller berufsbezogener Weiterbildung aufweisen. Über 70 Prozent der Alumni der Hochschule Niederrhein fallen in diese Altersgruppe und sind nicht nur aus diesem Grund eine bedeutende Zielgruppe der Hochschule für ihre Weiterbildungsangebote. Ein Großteil der Alumni bleibt nach dem Studium in der Hochschulregion wohnhaft oder nimmt im näheren Umfeld der Hochschule eine Erwerbstätigkeit auf; dies gilt insbesondere für Absolventen von Fachhochschulen. Im Falle der Hochschule Niederrhein wohnen und/oder arbeiten etwa 70 Prozent der Alumni nach ihrem Studium in einem 50 km-Umkreis um die Hochschulstandorte³. Somit können diese Präsenzveranstaltungen der Hochschule ohne allzu großen Fahraufwand in Anspruch nehmen. Zudem verfügt diese Zielgruppe grundsätzlich über den erforderlichen Qualifikationshintergrund.

¹ Die Auswertung der Erwartungsabfrage ist zu finden unter: https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/wissenschaftliche_weiterbildung/Projekthomepage/Auswertung_Erwartung_sabfrage.pdf

² **Weiterbildungsbedarfe und -verhalten in Deutschland in der beruflichen Weiterbildung**

Ein Überblick zu vorhandenen Studien unter besonderer Berücksichtigung der wissenschaftlichen Weiterbildung, Johannes Kopper, Hochschule Niederrhein, NIERS-Institut. https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/wissenschaftliche_weiterbildung/Projekthomepage/Weiterbildungsverhalten.pdf

³ **Alumni in der wissenschaftlichen Weiterbildung** - Bericht zur Alumni-Befragung der Hochschule Niederrhein 2015, Johannes Kopper, https://www.hs-niederrhein.de/bmbf-projekte-zur-lehre/weiterbildung-und-wissenstransfer/projektbausteine/5398/?tx_iwnews_pi1%5BbackPid%5D=13538

Die Hochschule Niederrhein verfügt mit ihren Alumni über Multiplikatoren, die sich stark mit der Hochschule identifizieren und in Kontakt bleiben wollen. Dies zeigte sich unter anderem an der guten Rücklaufquote (18,6 Prozent), die das Projektteam bei der im September 2015 durchgeführte Online-Befragung der Alumni erzeugen konnte sowie der Reaktionen von Alumni beispielsweise auf Mailings. Die Alumni sind für die Kommunikation der Weiterbildungsangebote auch deshalb wichtig, weil rund 84 Prozent der Befragten bei Unternehmen arbeiten, die mehr als 50 Mitarbeiter beschäftigen. Unternehmen ab dieser Betriebsgröße sind weiterbildungsaffiner als kleinere Unternehmen.⁴ Die Hochschule Niederrhein kann sich über ihre Alumni bei dieser attraktiven Unternehmenszielgruppe als Anbieter bekannt machen.

Die Alumni-Befragung ergab neben diesen interessanten Rahmendaten über die Zielgruppe auch aufschlussreiche Antworten auf die Frage, welche Gründe für die Hochschule Niederrhein als Weiterbildungsanbieter sprechen: 77 Prozent haben generell Interesse an der Hochschule als Weiterbildungs-Anbieter. Das Renommee der Hochschule geben 46,9 Prozent als Grund an, hier eine Weiterbildung zu buchen. Für 49,4 Prozent ist deren Nähe zum Wohn-/ Arbeitsort ausschlaggebend.

c) Große Unternehmen der Region zum Aufbau von Weiterbildungspartnerschaften

Um das neue Angebot an Hochschulzertifikatskursen möglichst genau an die Bedarfe der regionalen Unternehmen anpassen zu können, wurde im Projekt eine Unternehmensbefragung durchgeführt.⁵ Dabei ging es zum einen um die Ziele, die Unternehmen verfolgen, wenn sie ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Teilnahme an Weiterbildungen ermöglichen. Es überrascht wenig, dass die Steigerung der Kompetenz der Mitarbeitenden das relevanteste, allerdings eher unspezifisches Weiterbildungsziel der Unternehmen ist. Ähnlich, aber als etwas weniger wichtig wird eingeschätzt, dass die Kompetenz des Unternehmens in Spezialthemen verbessert werden soll. Danach auf Rang 3 und 4 folgen die Ziele: „Attraktivität des Unternehmens für Mitarbeiter/innen steigern“ sowie „Sicherung von Fachkräften“. Für die Hochschule Niederrhein als Anbieter von Weiterbildung spricht aus Sicht der befragten Unternehmen insbesondere die regionale Nähe der Hochschule. Auch das Renommee der Hochschule spielt für knapp 40 Prozent der Unternehmen eine Rolle.

d) Kooperationspartner und weitere Multiplikatoren

Das Projekt der wissenschaftlichen Weiterbildung wird bislang durch die IHK Mittler Niederrhein und durch die regionalen Wirtschaftsförderungen unterstützt. Diese Institutionen vertreten die Interesse von Unternehmen innerhalb ihres Einzugsgebietes und haben ein gemeinsames Interesse daran, die Region Niederrhein weiter zu stärken. Es ist zu vermuten, dass es weitere Interessensverbände oder Institutionen gibt, die an einer Kooperation im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung interessiert sind. Verbände und Institutionen können nicht nur als Multiplikator für die entwickelten Angebote dienen, sondern auch Rückmeldungen zur Bedarfslage der Mitglieder geben.

⁴ s. Weiterbildungsbedarfe S. 12.

⁵ **Wissenschaftliche Weiterbildung in Unternehmen des Mittleren Niederrheins** - Bericht zur Unternehmensbefragung der Hochschule Niederrhein 2015/2016, Johannes Kopper, https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/wissenschaftliche_weiterbildung/Zwischenbericht_2015/Bericht_Unternehmensbefragung.pdf

e) Allg. Öffentlichkeit

Die Hochschule Niederrhein ist als regionale, praxisorientierte Hochschule bekannt. Sie bietet neben ihren Studiengängen bereits weitere Bildungsmöglichkeiten an. Das Gasthörerprogramm FAUST, die Sommer – und Winterakademie, Sprachkurse und weitere Veranstaltungen organisiert von den Fachbereichen sind hier zu nennen. Zudem ist sie als Forschungspartner in der Region gut vernetzt. Das bestehende Angebot muss nun um die Möglichkeiten der wissenschaftlichen Weiterbildung erweitert werden und an die breite Öffentlichkeit kommuniziert werden. Dabei kann auf das positive Image der Hochschule Niederrhein aufgebaut werden. Gleichzeitig muss durch festgelegte Qualitätsstandards die Dachmarke „Hochschule Niederrhein“ vor Imageschaden geschützt werden.

f) Mitarbeiter und Angehörige der Hochschule Niederrhein

Die neue Organisationseinheit der wissenschaftlichen Weiterbildung muss mit Ihren Aufgaben und Zielsetzungen dem internen Netzwerk der Hochschule vorgestellt werden. Insbesondere für die Angebotsentwicklung ist eine Kommunikation mit dem wissenschaftlichen Personal der Fachbereiche unersetzlich. Jedes Institut oder Kompetenzzentrum kann als potentieller Kooperationspartner angesehen werden. Die Hochschule mit Ihren Mitarbeitern und Räumlichkeiten ist ein eigener großer Werbeträger, der ein großes Verbreitungspotenzial hat.

1.4 Zielgebiet

Schon im Antrag des Forschungsprojektes wurde die Region des Niederrheins als primäres Zielgebiet festgelegt. Dies hat insbesondere Auswirkung auf das Format der Weiterbildungsangebote, da auf reine Fernlehrgänge verzichtet wird. Für das Kommunikationskonzept bedeutet dies, dass insbesondere lokale Werbeträger berücksichtigt und Werbemittel für die regionale Verbreitung entwickelt werden. Trotzdem ist zu beachten, dass einige fachspezifische Weiterbildungsangebote überregional beworben werden müssen, damit ein ausreichender Kreis von Interessenten erreicht wird.

1.5 Zeitraum

Idealerweise sollen die Forschungsergebnisse, die durch das Projekt erzielt werden, zu einer dauerhaften Verstetigung der wissenschaftlichen Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein führen. Somit ist die Angebotserweiterung der Marke „Hochschule Niederrhein“ um die wissenschaftliche Weiterbildung ein wichtiges Ziel, das mittelfristig erreicht werden muss. Innerhalb des Projektzeitraums lag der Schwerpunkt aber auf der Akquise von Teilnehmenden für die Pilotkurse. Die Erprobung der Weiterbildungsangebote (Hochschulzertifikate) erfolgte innerhalb der Gesamtlaufzeit von August 2014 bis Februar 2018 in vier Phasen. Zu jeder Pilotphase wurden neue Zertifikate angeboten.

1. Pilotphase: Mai 2016

2. Pilotphase: September 2016

3. Pilotphase: Februar 2017

4. Pilotphase: September 2017

Um die Zielgruppen vor den einzelnen Phasen zu erreichen und ein entsprechendes Interessentenvolumen zu generieren, sind die Werbemaßnahmen vor diesen Zeitpunkten verstärkt worden.

1.6 Zentrale Botschaften

Alle zu entwickelnden Werbemaßnahmen dienen zur Erfüllung der obengenannten Kommunikationsziele. Die zentrale Botschaft ist immer, dass die Hochschule Niederrhein Weiterbildung für Berufstätige auf Hochschulniveau anbietet. Des Weiteren sollten die primären Zielgruppen mit ihren Bedürfnissen angesprochen werden. Folgende Botschaften sollten deutlich werden:

- Die Weiterbildung richtet sich an Unternehmen und Berufstätige in der Region
- Die Hochschule Niederrhein gibt das Qualitätsversprechen einer „Weiterbildung auf Hochschulniveau“
- Die berufliche Verwertbarkeit ist sichergestellt

Der Begriff einer „Weiterbildung auf Hochschulniveau“ ist nicht selbsterklärend, sondern muss genauer definiert werden, damit er keine leere Hülle bleibt. Die Hochschule Niederrhein verbindet damit folgende Qualitätsmerkmale:

- *„Unsere Kurse zeichnet ein hoher Praxisbezug verbunden mit der Anwendung beziehungsweise Lehre von wissenschaftlichen Methoden aus.“*
- *„Der nachhaltige Lernerfolg ist uns besonders wichtig, deshalb verbinden wir Präsenzlehre mit Selbstlernphasen.“*
- *„Wir bieten unseren Teilnehmenden eine Lernunterstützung durch eine Online-Lernplattform.“*
- *„Unsere Teilnehmenden erhalten nach erfolgreich bestandener Prüfung ein Hochschulzertifikat mit Leistungspunkten.“*
- *„Wir bieten eine individuelle Betreuung und einen intensiven fachlichen Austausch in Kleingruppen.“*
- *„Die Qualität unserer Kurse wird durch eine kontinuierliche Evaluation und Optimierung gewährleistet.“*

1.7 Werbemittel und Werbeträger

Zur Erreichung der Kommunikationsziele und Übermittlung der Angebote an die Zielgruppen werden folgende Werbemittel und Werbeträger genutzt:

Printmedien	Onlinemedien
Broschüren	Homepage
Flyer	E-Mail
Presseartikel	Social Media
Printanzeige	Newsletter
Poster	Platzierung auf Online Marketplaces
Brief	Platzierung auf externen Homepages

Durch persönliche Ansprache:

- Telefon
- Persönliche Gesprächstermine
- Besuch von Messen und Events

Sonstige mögliche Werbeträger

- Radio
- Fernsehen
- Videoportale
- Zeitungen
- Fachzeitschriften
- Suchmaschinen

Für die Entscheidung und Gestaltung der einzelnen Werbeträger müssen die jeweiligen Zielgruppen, Botschaften und das vorhandene Budget berücksichtigt werden.

2 Umsetzung des Kommunikationskonzepts

Die zuvor festgelegten Ziele, Zielgruppen und Botschaften wurden nun auf die konkrete Bewerbung der pilothaften Hochschulzertifikatskurse angewandt. Dabei ist generell zu beachten, dass die Teilnahme an den Pilotkursen kostenlos ist. Dies hat zum einen Einfluss auf das verfügbare Budget bei der Wahl der Werbeträger sowie auf die Teilnahmeentscheidung der Zielgruppen. Bei der reinen kostenfreien pilothaften Erprobung von Zertifikatskursen ist eine Wirtschaftlichkeitsrechnung zwischen Werbeausgaben und Einnahmen durch Teilnehmergebühren nicht möglich.

2.1 Gestaltung der Werbemittel und Werbeträger

Das Projektteam hat in Kooperation mit der Abteilung Hochschulkommunikation nachfolgende Werbeträger entworfen. Für die Gestaltung der einzelnen Medien wurden zu Beginn noch Bilder aus dem Bestand der Hochschule oder von externen Anbietern verwendet. Letztere mussten käuflich erworben werden. Im Verlauf des Projektes wurden durch einen beauftragten Fotograf und mit Einverständnis der Teilnehmer und Dozenten Bilder während der Veranstaltungen gemacht, um für die Zukunft realistische Bildmaterial zur Verfügung zu haben. Des Weiteren wurden die entwickelten Pilotkurse zur besseren Übersicht und einer zielgruppengerechten Ansprache in vier Themengebiete aufgeteilt:

- Effizienz in Entwicklung und Produktion
- Informationstechnologie
- Management
- Gesundheits- und Sozialwesen

2.1.1 Flyer: „Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region“

Um Kooperationspartner, Unternehmen und Multiplikatoren über die Ziele des Projekts und das Konzept der neuen Weiterbildungsangebote für Berufstätige zu informieren, ist der Flyer „Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region“⁶ entwickelt worden. Der Flyer wurde vor allem im Jahr 2015 als Basisinformation eingesetzt bei Unternehmensbesuchen, externen und internen Veranstaltungen sowie internen Informationsgesprächen und ist an alle Kooperationspartner des Projekts verschickt worden.

⁶ https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/wissenschaftliche_weiterbildung/Projektflyer.pdf
abgerufen 06.04.2018

Welchen Weiterbildungsbedarf haben Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?

Wir richten unser Weiterbildungsangebot auf die Bedürfnisse von Unternehmen und Institutionen der Region aus, deshalb interessieren uns Ihre Themen! Nennen Sie uns Fachgebiete und konkrete Fragestellungen, die für Ihr Unternehmen relevant sind. Wir freuen uns über Ihr Feedback!

Ansprechpartnerin

Cordula Albersmann
Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer
Projektleiterin
Reinarzstraße 49
47805 Krefeld
Tel.: 02151/822-1560
cordula.albersmann@hs-niederrhein.de

Der Aufbau einer wissenschaftlichen Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert.

www.hs-niederrhein.de/bmbf-projekte-zur-lehre/weiterbildung-und-wissenstransfer



Ein regionales Netzwerk für wissenschaftliche Weiterbildung

Die Hochschule Niederrhein wird ihr Weiterbildungsangebot eng an den Bedürfnissen der niederrheinischen Wirtschaft ausrichten. Mit einer maßgeschneiderten akademischen Weiterbildung reagieren wir auf den demografischen Wandel und leisten damit einen Beitrag zur Fachkräftesicherung. Ziel ist es, die wissenschaftliche Weiterbildung gemeinsam mit Unternehmen und Institutionen zu entwickeln und ein regionales Netzwerk aufzubauen. Auch Sie können Teil dieses Netzwerkes werden!

Kooperationspartner

- // IHK Mittlerer Niederrhein
- // Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld
- // Wirtschaftsförderung Mönchengladbach
- // Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Straelen
- // Wirtschaftsförderung der Stadt Willich
- // Stadt Geldern
- // Gemeinde Nettetal



Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region



Fachkräfte sichern durch wissenschaftliche Weiterbildung

Die Hochschule Niederrhein versteht sich als regionale Hochschule. Keine andere Institution holt und bindet so viele junge Leute an die Region. Die Hochschule Niederrhein unterstützt das Personalwesen von Unternehmen und Institutionen bislang vor allem bei der Rekrutierung von neuen Fach- und Führungskräften. Mit dem Aufbau einer wissenschaftlichen Weiterbildung bieten wir nun auch die Möglichkeit, auf sich ändernde berufliche Anforderungen zu reagieren und Wissen zu aktualisieren oder sich für neue Aufgaben fortzubilden. So binden Sie optimal qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig an Ihr Unternehmen!

Zielgruppen



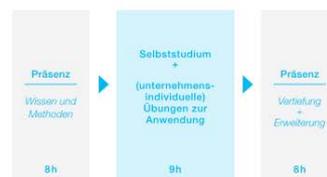
// Berufstätige mit erstem Hochschul-Abschluss und mindestens einjähriger Berufserfahrung

// Beruflich Qualifizierte mit mindestens einjähriger Berufserfahrung

Erfolgreich durch wissenschaftliche Weiterbildung

Ziel unseres Weiterbildungsangebots ist es, aktuelles Wissen praxisnah zu vermitteln. Deshalb stehen neben dem Erwerb von Wissen und Methoden anwendungsorientierte Aufgaben und Übungen im Mittelpunkt unseres Konzepts. Die Teilnehmenden sollen auf nachhaltige Weise ihre Kompetenzen erweitern und fähig sein, dieses neue Wissen im Arbeitsalltag anzuwenden, um ihren beruflichen Erfolg und ihre Arbeitszufriedenheit zu steigern.

Unser Lehr-/Lernkonzept



1 Grundmodul = 25 Stunden workload = 1 ECTS
Die Dozentinnen und Dozenten geben nach der Selbsterneuerung der Teilnehmenden eine individuelle Rückmeldung zur erworbenen Anwendungscompetenz.

Gemeinsam innovativ durch wissenschaftliche Weiterbildung

Mit dem Weiterbildungsangebot für Berufstätige verstärkt die Hochschule Niederrhein auch den Transfer von Wissen in die Unternehmen der Region. Aufgrund ihrer Berufserfahrung und genauen Kenntnis ihres Arbeitsumfeldes können Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neueste Impulse aus Forschung und Entwicklung zielgerichtet und effektiv in Ihr Unternehmen übertragen und von unseren interdisziplinären Ansätzen profitieren. Wir bauen derzeit ein Weiterbildungsangebot auf, das sich an Ihren Ideen und Bedarfen orientiert. Deshalb sind die unten aufgeführten Themen nur erste Beispiele für unser Programm, das Sie mitgestalten können!

Themenfelder unserer Weiterbildung

Ingenieurwissenschaften // Innovative Produktentwicklung mit TRIZ // Projektmanagement mit den Schwerpunkten: Prozessoptimierung in der Fertigung, Konzeption, Änderungskonstruktion, Neukonstruktion	BWL // Bilanzanalyse // Investitionsrechnung // Kostenrechnung für Ingenieure
	Recht // Arbeitsrecht // Vertragsrecht
IT // Sicherheit // IT für Betriebswirte // Netzwerktechnik	Energie // Energiekosten- und Energieinvestitionsmanagement // Energiebeschaffung
Hygienemanagement	Mediation

2.1.2 Broschüre „Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein – unsere Hochschulzertifikatskurse“

Die Broschüre soll die Angebote im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung in übersichtlicher Form darstellen. Sie dient insbesondere als haptisches Werbemittel, um das Gesamtangebot zu präsentieren, zur Auslage innerhalb und außerhalb der Hochschule. Die Broschüre steht auch als digitale Version zur Verfügung.

Gestaltung:

Schon durch den Titel, das Logo auf dem Deckblatt und durch die farbliche Orientierung am Corporate Design der Hochschule ist ein direkter Bezug zur Hochschule hergestellt. Die zentralen Botschaften werden schon auf der ersten Innenseite (Abbildung 1) aufgenommen und durch den Begrüßungstext des Präsidenten der Hochschule, Herr Prof. Dr. Hans-Henning von Grünberg verdeutlicht (Abbildung 2). Jeder Kurs wird auf einer Doppelseite präsentiert. Der Aufbau der Seite hat folgende Überlegungen bzw. Botschaften:

Inhalt	Überlegung/Botschaft
Titel	Direkte Ansprache an die fachspezifische Zielgruppe, aber noch so verständlich, das Multiplikatoren die Thematik verstehen und entsprechend weiterleiten können
Dozent/Dozententeam mit Titel und Lehrgebiet	Verdeutlichung des Hochschulniveaus und erste Verbindung zur beruflichen Praxis
Einleitungstext mit Situationsbeispielen aus der beruflichen Praxis und Begründung des Weiterbildungsbedarfs	Direkter Bezug zur Praxis
Kursziel mit Bezug zur Zielgruppe und Lernerfolg	Botschaft an die Zielgruppe, Qualitätsversprechen und berufliche Verwertbarkeit
Vorteile	Entscheidungsargumente
Zielgruppe	Direkter Hinweis für Interessierte aber auch für Unternehmensvertreter
Teilnehmeranzahl	Die Zahl ist beschränkt, um eine individuelle Betreuung und eine hohe Qualität sicher zu stellen
Kosten	Wichtiges Entscheidungskriterium
Teilnahmevoraussetzung	Sicherstellung des Hochschulniveaus und Qualitätsmerkmal
Veranstaltungsort	Bezug zur Region
Termine	Aufzählung der einzelnen Präsenztage soll die Vereinbarkeit von Weiterbildung mit Beruf- und Familienalltag verdeutlichen
Ansprechpartner	Direkter Kontakt für Rückfragen ist möglich

Des Weiteren wird jedes Themengebiet durch ein passendes Foto eingeleitet. Dies verleiht der gesamten Broschüre Emotionalität und eine hochwertige Anmutung. Die Broschüre schließt mit einer FAQ-Übersicht, um erste zentrale Fragen zu klären.

LABORMANAGEMENT



IHR DOZENTENTEAM

Prof. Dr. Martin Jäger (Ltg.)
Instrumentelle Analytik, Mitglied des ILOO-Instituts
an der Hochschule Niederrhein

Prof. Dr. Karin Kaiser
Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftsprüfung,
Steuerrecht, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften,
Hochschule Niederrhein

Dipl.-Päd Désirée Krüger
wiss. Mitarbeiterin an der Hochschule Niederrhein

Spätestens mit der Übernahme einer Leitungsfunktion werden in naturwissenschaftlichen Karrierewegen interpersonale Kompetenzen ebenso wichtig wie fachliche Fertigkeiten. Der Alltag in einer Leitungsfunktion erfordert ausgeprägte Softskills, Kenntnisse von Unternehmen und deren Kulturen, Labor- und Projektmanagement, Budgetverwaltung, Arbeitsicherheit und vieles mehr. Wie sollen NaturwissenschaftlerInnen in kürzester Zeit diese Wissenslücken schließen und die benötigte Expertise bereithalten?

KURSIELE

Der Zertifikatskurs „Labormanagement“ vermittelt speziell (angehenden) JuniorlaborleiterInnen die notwendigen fachübergreifenden Kompetenzen, um erfolgreich als LabormanagerInnen tätig zu sein. Praxiserprobte Hochschullehrende unterstützen die berufliche Entwicklung der Teilnehmenden mit Ihrem Fachwissen, Übungen, Rollenspielen, vertiefenden Quellen und sehr viel persönlichem Praxisbezug.

Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:

- // Zu verstehen, wie ein Laboratorium geführt wird.
- // MitarbeiterInnen in einem Laboratorium zu rekrutieren, zielgerichtet einzusetzen und ressourcenorientiert zu führen.
- // Moderne Tools bei der fachlichen und personalen Führung einzusetzen.
- // Den Workflow in einem Laboratorium zu managen.
- // Budgetierungsprozesse zu verstehen.
- // Projekte zu planen.

VORTEILE

- // Teilnehmende erwarten ein All Inclusive Kursangebot mit Softskills, Expertise, Tools und Übungen.
- // Teilnehmende erhalten einen Einblick in moderne Führungsmethoden mit laborspezifischem Praxisbezug.
- // Ein interdisziplinäres DozentInnenteam zeigt den Teilnehmenden umfassend auf, welche Faktoren für ein erfolgreiches Labormanagement verantwortlich sind.
- // Das Netzwerken mit Peers aus anderen Unternehmen wird gefördert.

Zielgruppe/n LaborleiterInnen zu Beginn ihrer Karriere, angehende LaborleiterInnen sowie MitarbeiterInnen mit Führungsaufgaben in analytischen, chemischen und pharmazeutischen Laborkontoren.	Kosten Kostenübernahme durch das vom BMBF geförderte Projekt	Veranstaltungsort Campus Krefeld	Termin Fr 02.12.2016 9 bis 17 Uhr Fr 09.12.2016 9 bis 18 Uhr Prüfungstag: Sa 21.01.2017 9 bis 12 Uhr
Teilnehmerzahl max. 12 Teilnehmende	Teilnahmevoraussetzung Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufstätigkeit.	Termin Fr 23.09.2016 9 bis 17 Uhr Fr 30.09.2016 9 bis 17 Uhr Fr 28.10.2016 9 bis 17 Uhr Fr 04.11.2016 9 bis 17 Uhr Mi 09.11.2016 9 bis 18 Uhr Mi 16.11.2016 9 bis 18 Uhr Fr 25.11.2016 9 bis 17 Uhr	Ansprechpartner Dipl.-Kfm. Björn Hollburg Tel.: 02151 822-1565 weiterbildung@hs-niederrhein.de ▶ Weitere Informationen finden Sie hier .

Abbildung 1 Kurspräsentation innerhalb der Broschüre „Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein“

2.1.3 Flyer

Für jeden Pilotkurs wird ein separater Flyer konzipiert. Dieser beinhaltet über die kursspezifischen Seiten der Broschüre „Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein“ hinausgehende Informationen wie das genaue Curriculum, den Workload sowie die Aufteilung von Präsenz- und Selbstlertagen. Dies unterstützt die individuelle Entscheidung und Planung für eine wissenschaftliche Weiterbildung. Die Flyer können als individuelle Werbemaßnahmen für einzelne Kurse bei elektronischen und postalischen Aussendungen verwendet werden. Über den Flyer wird auch eine stärkere Identifikation des Dozenten mit seinem Kurs erzielt. Idealerweise nutzt er diesen, um seine privaten oder geschäftlichen Netzwerke für den Kurs zu begeistern.

Beispiel Kursflyer: Statistische Versuchsplanung mit Excel

Ziele

Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:

- // Excel als Tool zur Datenauswertung, Visualisierung und zur Lösung statistischer und mathematischer Fragestellungen der Versuchsplanung zu nutzen.
- // Statistische Verteilungsfunktionen und Prüfmethoden auf Fragestellungen unterschiedlicher chemischer Branchen anzuwenden.
- // Fehlerrechnung, Fehlerfortpflanzung und Kalibriergeradenverfahren nach DIN 32645 sicher zu beherrschen.
- // Versuchspläne 1. und 2. Ordnung sowie Mischungspläne aufzustellen und zu berechnen.
- // Methoden der Versuchsplanung optimiert auf eigene Fragestellungen weiterzuentwickeln.

Vorteile

- // Die erlernten Methoden können optimiert auf Fragestellungen zur Versuchsplanung im Unternehmen angewendet werden.
- // Messergebnisse können leichter bewertet, analysiert und interpretiert werden.
- // Es können Einsparpotentiale bei Rohstoffen, Energie und Verfahrensabläufen realisiert werden.
- // Die Teilnehmenden arbeiten an konkreten unternehmensindividuellen Fragestellungen in angenehmer Kleingruppenatmosphäre.

Kontakt/Anmeldung

Ihr Ansprechpartner:
Dr. Holger Angenent
Projekt Wissenschaftliche Weiterbildung
und Wissenstransfer
Hochschule Niederrhein
Reinarzstraße 49
47805 Krefeld
Tel.: 02151/822-1563
Holger.Angenent@hs-niederrhein.de

Fachlich verantwortlich:
Prof. Dr. Ernst Cleve
Physik und Datenverarbeitung
Leiter des ILOC-Instituts
Prodekan des Fachbereichs Chemie
Hochschule Niederrhein
www.hs-niederrhein.de/chemie/personen/cleve



www.hs-niederrhein.de/weiterbildung



Statistische Versuchsplanung mit Excel – von den Grundlagen bis zur Validierung
Wissenschaftliche Weiterbildung
an der Hochschule Niederrhein



gefördert von



Kurzbeschreibung

Produktentwicklung und -optimierung erfordern umfangreiche Experimente in fast allen Arbeitsphasen. Dabei entstehen große Mengen analytischer Rohdaten. Mitarbeitende von Forschungs- und Entwicklungsabteilungen müssen diese mathematisch-wissenschaftlich und gleichzeitig mit Blick auf wirtschaftliche Faktoren auswerten.

Aufgrund dieser großen Herausforderung hat die Versuchsplanung (Design of Experiment, DoE) in japanischen und anglo-amerikanischen Unternehmen bereits im Entwicklungsstadium neuer Produkte und Verfahren schon einen festen Platz eingenommen. Mit seiner Vielzahl an Methoden, Verfahren und Versuchsplänen kann DoE Entwicklungszeiten reduzieren und Kosten sparen.

Der Kurs „Statistische Versuchsplanung mit Excel – von den Grundlagen bis zur Validierung“ vermittelt den Teilnehmenden die notwendigen mathematischen und statistischen Methoden, damit sie Versuchspläne ohne Nutzung teurer Versuchsplanungssoftware direkt mit Excel auswerten können. Schon im Frühstadium der Entwicklung ist somit die passgenaue Planung, Auswahl und Auswertung von Experimenten möglich. Zusätzlich werden Methoden zur Modellierung und Visualisierung von Messdaten und Verfahren vermittelt.

Der Kurs bietet darüber hinaus Entscheidungshilfen in diversen Qualitätskontrollprozessen und gibt einen Überblick über die Auswertungs- und Optimierungsmöglichkeiten der am Markt erhältlichen DoE-Softwarepakete.

ZIELGRUPPE/N:

Mitarbeitende aller Industriezweige, in deren Verantwortungsbereich Entwicklungs- und Forschungsaufgaben liegen oder die Aufgaben der Analytik, Statistik, Versuchsplanung und -durchführung sowie Qualitäts-/Prozesskontrollen durchführen.

Curriculum

I. Einführung	
Präsenz 1	8h
<ul style="list-style-type: none"> - Warum Versuchsplanung, Vorgehensweise im Überblick, Ziel- und Erfolgsziele - Datenquellen & Vorbehandlung, Transformationen, Excel & VBA - Datenreinerung, grafische Visualisierung von Messdaten & Funktionen, 3-D-Diagramme, Balken-/Stabendiagramme, Fehlerindikatoren, numerisches Integrieren & Differenzieren, Matrixrechenrechnung, Gleichungssysteme, Transzendente Gin., Solver unter Excel 	
Selbstlern-einheit	16h
<ul style="list-style-type: none"> - Nachbereitung der Inhalte, Übungsaufgaben, Selbststudium 	
II. Statistische Grundlagen (Verteilungsfunktionen und Prüfmethoden)	
Präsenz 2	8h
<ul style="list-style-type: none"> - Daten, Häufigkeitsdiagramme, Median-Statistik, Streumaß, Verteilungsfunktionen - Binomial-, Normal-, t-, F-, Poisson-, Chi-Quadrat-, Weibull-Verteilung, Vertrauensintervalle - Prüfverfahren, Testen von Hypothesen und Verteilungen, Erweitertes, Zweistufiger t-Test, Mittelwerte, Chi Quadrat, p-Werte, Auswahl, Fehlerfortpflanzung - Wahrscheinlichkeitsnetz, einfache und zweifache Varianzanalyse, Korrelationsmatrix 	
Selbstlern-einheit	16h
<ul style="list-style-type: none"> - Nachbereitung der Inhalte, Übungsaufgaben, Selbststudium 	
III. Statistische Versuchsplanung unter Excel	
Präsenz 3	16h
<ul style="list-style-type: none"> - lineare/nichtlineare Regression, Kalibriergeradenverfahren, Nachweis-, Erfassung-, Bestimmungsgrenze, Vertrauensintervall der Vorhersage und Parameter, Konfidenzbänder - Verallgemeinerung der Geradenregression, multiple lineare Regression, Residuenanalyse, Voll- und Teillaktoriale Versuchspläne, Konstruktionsregeln, Berechnung der Effekte und Regressionskoeffizienten, Varianzanalyse, Vertrauensbereich, Mittelwertabweichung - Überblick Versuchspläne (z.B. 2³-, zentral zusammengesetzte-, D-optimale-, Mischungspläne usw.), Koeffizientenberechnung unter Excel, Optimierungsmöglichkeiten mit DoE-Software am praktischen Beispiel, Softwareüberblick, Validierung 	
Selbstlern-einheit	16h
<ul style="list-style-type: none"> - Nachbereitung der Inhalte, Übungsaufgaben, Selbststudium 	
Selbstlern-einheit	16h
<ul style="list-style-type: none"> - Prüfungsvorbereitung 	
IV. Prüfungsphase	
Präsenz 4	4h
<ul style="list-style-type: none"> - 90 minütige schriftliche Prüfung über die Inhalte der Veranstaltung, Kursevaluation und Verabschiedung 	
Gesamter Zeitaufwand = 100h, davon Präsenz = 96h, 3 ECTS	

Ablauf

ART UND DAUER DER VERANSTALTUNG:

Präsenz 1: 20.5.2016:	9:00 Uhr – 17:00 Uhr
Präsenz 2: 10.6.2016:	9:00 Uhr – 17:00 Uhr
Präsenz 3: 24.6.2016 und 25.6.2016:	9:00 Uhr – 17:00 Uhr
Präsenz 4: 8.7.2016:	9:00 Uhr – 12:00 Uhr

TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN:

Um dem Kurs folgen zu können, werden ein naturwissenschaftlicher Hochschulabschluss sowie Grundkenntnisse in der Nutzung von Excel vorausgesetzt. Die Nutzung eines privaten Laptops ist möglich.

TEILNEHMERZAHL:

Um eine individuelle Betreuung gewährleistet zu können, ist die Zahl der Teilnehmenden auf maximal 12 beschränkt.

LEHR- UND LERNFORM:

Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet neben der Arbeit an PC-Arbeitsplätzen, vielfältigen Medieneinsatz und die Begleitung mit einer Online-Lernplattform.

PRÜFUNG UND ABSCHLUSS:

Alle Teilnehmenden erhalten eine Teilnahmebescheinigung. Ein Zertifikat der Hochschule Niederrhein wird mit bestandener Klausur vergeben.

GEFÖRDERT VOM



2.1.4 Presseartikel

In Anlehnung am Begrüßungstext der Broschüre wurden entsprechende Presseartikel im Vorfeld der einzelnen Pilotphasen verfasst. Diese wurden über den Pressverteiler der Hochschulkommunikation verbreitet sowie an die Kooperationspartner mit der Bitte um Verbreitung gesendet.

2.1.5 Printanzeigen und Poster

Anzeigen und Poster haben das primäre Ziel, Aufmerksamkeit zu erzielen. Die Hochschule und das Projekt haben zu diesem Zweck eine humoristische Werbebotschaft entwickelt.



 Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SAPIOSEXUALITÄT

Jene sexuelle Orientierung, die mehr bzw. vorwiegend auf den Verstand eines anderen Menschen denn auf dessen Körper ausgerichtet ist, wobei die sexuelle Stimulation vor allem durch eine hohe Intelligenz erfolgt.

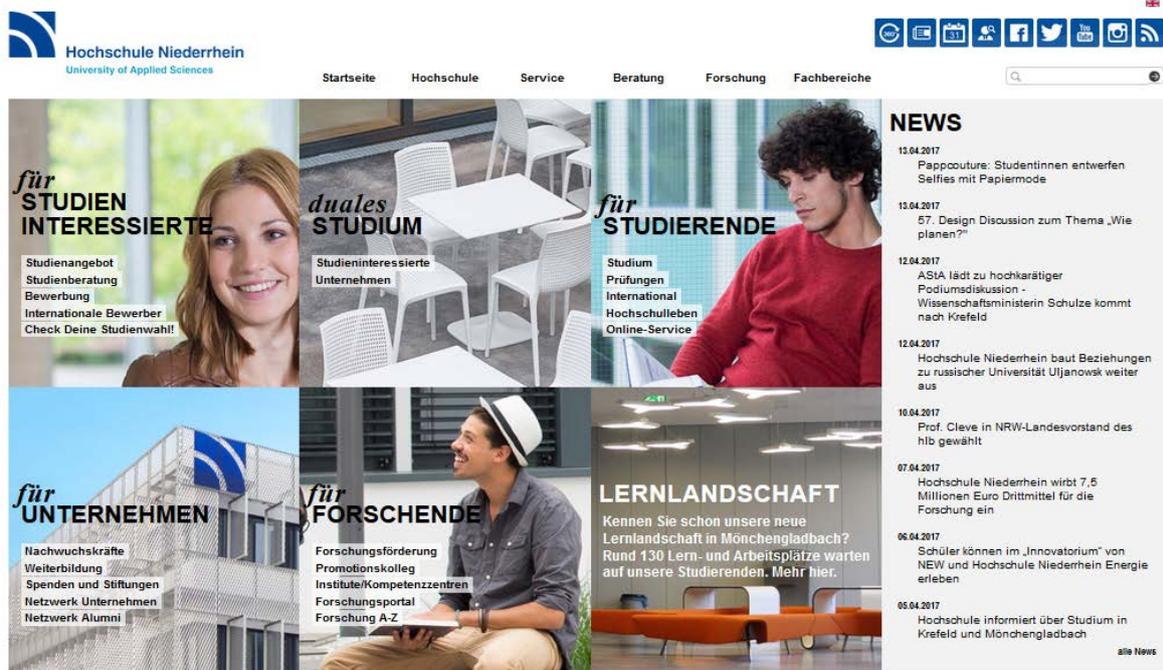
Quelle: <http://lexikon.stangl.eu/12268/sapiosexualitaet/>
© Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik

www.hs-niederrhein.de/weiterbildung

2.1.6 Homepage

Webseiten sind in Zeiten der Digitalisierung und Nutzung von Suchmaschinen der wohl der wichtigste Werbeträger und Informationsquelle Nummer 1. Die Homepage ist das Aushängschild für interne und externe Interessenten. Über die Darstellungsform insbesondere im Bereich der Usability existieren eigene wissenschaftliche Untersuchungen. Durch organisatorische Einbettung der wissenschaftlichen Weiterbildung in die Aufbauorganisation der Hochschule ist auch die Homepage in den Internetauftritt der Hochschule integriert. Neben den Vorteilen einer zentralen Einheit innerhalb einer Hochschule hat dies allerdings den Nachteil, dass der gestalterische Spielraum stark eingegrenzt ist. Zudem konkurriert das Angebot der wissenschaftlichen Weiterbildung mit den allgemeinen Angeboten der Hochschule.

Durch die Platzierung der Weiterbildung auf der Startseite verdeutlicht die Hochschule Niederrhein, welch hohen Stellenwert sie der wissenschaftlichen Weiterbildung einräumt. Außerdem gewährleistet diese Platzierung eine möglichst gute Auffindbarkeit des neuen Weiterbildungsangebots.



Auf der zweiten Hierarchieebene (<https://www.hs-niederrhein.de/weiterbildung/>) werden die zentralen Botschaften direkt aufgenommen. Durch das Titelbild und den Einleitungstext wird insbesondere die Zielgruppe der Berufstätigen angesprochen.

- Startseite Weiterbildung
- Zertifikatskurse
- Fortbildungen
- Weiterbildende
Masterstudiengänge
- Finanzierung



Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein

Mit ihrem Weiterbildungsangebot unterstützt die Hochschule Niederrhein Berufstätige dabei, auf veränderte berufliche Anforderungen zu reagieren und Wissen zu aktualisieren oder sich für neue Aufgaben zu qualifizieren. Ziel ist es, unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf ihrem persönlichen Bildungsweg zu begleiten. In unseren Laboren, Werkstätten und Multimedia-Räumen bieten wir dazu eine optimale Lernumgebung für die Verbindung von Wissenschaft und Praxis.

Die Weiterbildungsangebote der Hochschule Niederrhein sind so konzipiert, dass der direkte Anwendungsbezug im Mittelpunkt steht, damit der Transfer des Erlernten in die berufliche Praxis gelingt. Die Angebote der wissenschaftlichen Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein verbinden dabei die Vorteile moderner Technologien mit den Erfolgsfaktoren klassischer Lehre. Diese Kombination von Präsenz- und

Verwandte Themen:

Das Projekt
"wissenschaftliche
Weiterbildung und
Wissenstransfer für die
Region"

Downloads:

Broschüre
Hochschulzertifikate 2017

Seite merken →

Auf der dritten Hierarchieebene werden alle Hochschulzertifikatskurse eingeordnet nach den Themenschwerpunkten abgebildet. Die Überschrift und der einleitende Text geben erneut die zentralen Botschaften wieder. Durch die Nennung der Qualitätsmerkmale sowie einem Testimonial wird das Qualitätsversprechen der Hochschule hervorgehoben.

- [Startseite Weiterbildung](#)
- [Zertifikatskurse](#)
 - .Anmeldung Zertifikatskurse
 - .Effizienz in Entwicklung und Produktion
 - .Informationstechnologie
 - .Management
 - .Gesundheits- und Sozialwesen
 - .Team
 - .FAQ
 - .Lernplattform
- [Fortbildungen](#)
- [Weiterbildende Masterstudiengänge](#)
- [Finanzierung](#)



Praxisnah und berufsspezifisch: Zertifikatskurse

Mit ihren Hochschulzertifikaten vermittelt die Hochschule Niederrhein fundiertes Fachwissen zu berufsspezifischen Themen in einem überschaubaren Zeitraum. Bei der Konzeption des Angebots hat die berufliche Verwertbarkeit des akademischen Wissens für uns oberste Priorität.

Effizienz in Entwicklung und Produktion

- Konstruieren von Kunststoffbauteilen → (Warteliste)
- Labormanagement - effizient organisieren und motivierend führen →
- Numerische Strömungssimulation (CFD) mit OpenFOAM® → (Warteliste)
- REACH - Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals →
- Robust-Design-Optimierung in der virtuellen Produkt- und Prozessoptimierung →
- Sachkundeschulung nach § 11 der Chemikalien-Verbotsverordnung →
- Statistische Versuchsplanung mit Excel – von den Grundlagen bis zur Validierung →
- Systematische Innovation mit TRIZ - Methoden der erfindnerischen Problemlösung →

Informationstechnologie

- Aufbau und Betrieb moderner Unternehmensnetze → (Warteliste)
- Embedded Linux lernen mit dem Raspberry Pi →
- ISMS für Energieunternehmen → (Warteliste)
- IT-Sicherheit-Grundlagen →
- IT-Sicherheit-Aufbaukurs →
- Professionelles Software Engineering → (Warteliste)

Management

- Active Sourcing - Personalgewinnung via Social Media → (Warteliste)
- Arbeitsrecht → (Warteliste)
- Bilanzmanagement →
- Ermittlung und Beurteilung psychischer Belastungen im Betrieb →
- Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS → (Warteliste)
- Investitionsmanagement → (Warteliste)
- Jobprofiling in der Personalentwicklung → (Warteliste)
- Konfliktmanagement für Ingenieure → (Warteliste)
- Kostenrechnung im Ingenieurwesen →
- Marketing und Kommunikation → (Warteliste)
- Online + Social Media Recht →
- Steuerliche Verrechnungspreise → (Warteliste)

Gesundheits- und Sozialwesen

- Anforderungsmanagement im Gesundheitswesen: Methoden für erfolgreiche IT-Projekte →
- Evidenzbasierte Pflege für PraxisanleiterInnen → (Warteliste)
- Tiergestützte Therapie und Pädagogik → (Warteliste)

Verwandte Themen:

- .Das Projekt "wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region"
- .Anmeldung

Downloads:

- .Broschüre Hochschulzertifikate 2017
- .Teilnahmebedingungen
- .Widerrufsbelehrung
- .Muster Widerrufsformular
- .Blended-Learning

Seite merken →

Qualitätsmerkmale unserer Hochschulzertifikate:

- _ Wissens- und Kompetenzzuwachs hinsichtlich aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden
- _ Praxisrelevanz und berufliche Verwertbarkeit der vermittelten Inhalte
- _ fachbereichsübergreifende Themen
- _ hervorragende Lehre und Lehrmaterialien in Verbindung von Präsenzlehre mit onlinegestützten Selbstlernphasen
- _ individuelle Betreuung und intensiver Austausch in Kleingruppen
- _ ausgezeichnete Beratung und Organisation des Angebots
- _ gute Vereinbarkeit der Weiterbildung mit Beruf und Familie
- _ Erteilung eines Hochschulzertifikats mit Leistungspunkten (ECTS) nach erfolgreich bestandener Prüfung



"Die Zertifizierungskurse REACH und LABORMANAGEMENT haben mich durch Ihren innovativen Charakter von Präsenz- und E-Learningphasen mit hohem Praxisbezug äußerst positiv überrascht. Die Teilnehmer wurden durch Übungsaufgaben, eigene Präsentationen und Prüfungen aktiv in die Seminarveranstaltungen eingebunden. Die Dozenten sind sehr kompetent und praxisorientiert auf die Fragen der Teilnehmer eingegangen. Ich kann daher eine Teilnahme nur empfehlen."

Markus Winkler, Betriebsstoff Referent Deutz AG

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

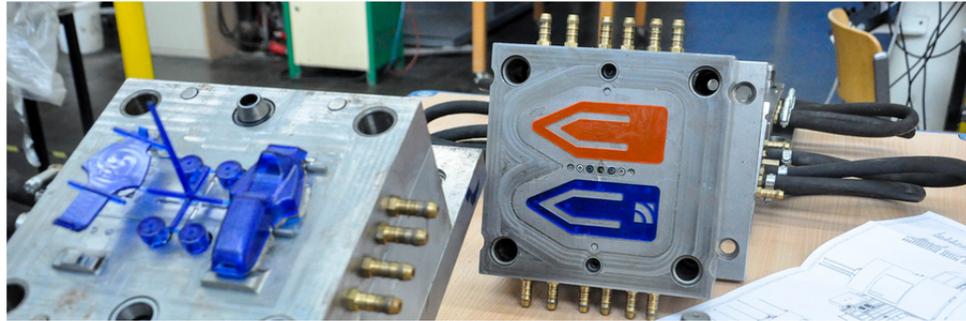


Förderkennzeichen: 16OH21010

Auf der fünften und letzten Hierarchieebene werden die einzelnen Kurse präsentiert. Dies folgt nach den gleichen Prinzipien und Inhalten wie die Kurse auch in der Broschüre abgebildet sind. Hinzu kommen noch drei Fragen an den Dozenten oder die Dozentin, die jedem Kurs eine persönliche emotionale Note geben. Im rechten Downloadbereich finden Interessiert weiterführende Links zu der Vita des Dozenten (Qualitätsversprechen), zum spezifischen Kursflyer mit Inhalten zum

Curriculum und die offizielle Prüfungsordnung.

- Startseite Weiterbildung
- Zertifikatskurse
 - Anmeldung Zertifikatskurse
 - Effizienz in Entwicklung und Produktion
 - Konstruieren von Kunststoffbauteilen
 - Labormanagement
 - Numerische
 - Strömungssimulation
 - REACH
 - Robust-Design-Optimierung
 - Sachkunde nach § 11
 - ChemVerbotsV
 - Statistische
 - Versuchsplanung
 - TRIZ
 - Informationstechnologie
 - Management
 - Gesundheits- und Sozialwesen
 - Team
 - FAQ
 - Lernplattform
- Fortbildungen
- Weiterbildende Masterstudiengänge
- Finanzierung



Konstruieren von Kunststoffbauteilen

In der Ausbildung von IngenieurInnen und NaturwissenschaftlerInnen kommt an vielen Hochschulen die Thematik der Kunststoffe im Verhältnis zu den vielen Anwendungen in der Industrie zu kurz. Daher beschäftigen sich in der industriellen Praxis nach wie vor oft Mitarbeitende mit der Technologie und der Konstruktion von Kunststoffbauteilen, die dies nur durch Erfahrungen in der industriellen Praxis gelernt haben. Dadurch werden häufig vorhersehbare Fehler gemacht.

Inhalt

Genau hier setzt der Zertifikatskurs „Konstruieren von Kunststoffbauteilen“ an, der gesicherte Erkenntnisse aus verschiedenen Branchen und der aktuellen Lehre vermittelt. Auch erfahrene KonstrukteurInnen erhalten in diesem Kurs neue Anregungen und Kenntnisse insbesondere im Bereich Spritzgießen und den dort vorhandenen Werkzeugen.

Verwandte Themen:

Vita Prof. Dr. Michael Heber
Anmeldung

Downloads:

Flyer Konstruieren von Kunststoffbauteilen
Prüfungsordnung
Konstruieren von Kunststoffbauteilen

Seite merken →

Auf einen Blick

Präsenztermine

Präsenz 1: Montag 13.03.2017 | 9 - 17 Uhr
 Präsenz 2: Dienstag 14.03.2017 | 9 - 17 Uhr
 Präsenz 3: Montag 27.03.2017 | 9 - 17 Uhr
 Präsenz 4: Dienstag 28.03.2017 | 9 - 17 Uhr
 Präsenz 5: Montag 24.04.2017 | 9 - 17 Uhr
 Präsenz 6: Mittwoch 17.05.2017 | 9 - 14 Uhr

Anmeldung bis

Die Anmeldung ist geschlossen - Gerne setzen wir Interessierte auf die Warteliste für den nächsten Kurs.

Teilnahmevoraussetzungen

Abgeschlossenes natur- oder ingenieurwissenschaftliches Studium mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufstätigkeit. Grundkenntnisse von Kunststoffen werden im ersten Termin vermittelt, bei geringen Vorkenntnissen ist hier ein höherer Eigenanteil erforderlich.

Teilnahmeentgelt

In der Pilotphase: Kostenübernahme durch das vom BMBWF geförderte Projekt
 max. TeilnehmerInnenzahl:
 8 Personen

Umfang (Workload)

Gesamter Zeitaufwand = 125 h, davon Präsenz = 45 h, 5 ECTS

Ort

Campus Krefeld

Abschluss

Hochschulzertifikat/Teilnahmebescheinigung

Gesamter Zeitaufwand = 125 h, davon Präsenz = 45 h, 5 ECTS

Ort

Campus Krefeld

Abschluss

Hochschulzertifikat/Teilnahmebescheinigung

Zielgruppe

KonstrukteurInnen von Kunststoffbauteilen aus allen Branchen, ProjektleiterInnen von Projekten, in denen Kunststoffbauteile und deren Werkzeuge eine wichtige Rolle spielen, Technische EinkäuferInnen von Kunststoffbauteilen und -werkzeugen.

Lehr- und Lernform

Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Durch praktisches Arbeiten im Labor mit Bauteil- und Werkzeugbeispielen wird das Erlernte sofort mit praktischem Wissen verknüpft, was einen nachhaltigen Lernprozess fördert und den Transfer in die eigene Berufspraxis erleichtert.

Weitere Informationen und das Curriculum finden Sie im Flyer rechts im Downloadbereich.

Drei Fragen an Ihren Dozenten Professor Dr. Michael Heber:

Warum ist eine Weiterbildung im Bereich der Konstruktion von Kunststoffbauteilen aktuell für viele Berufstätige interessant?

Die Anwendungen von Kunststoffen hat in den letzten Jahrzehnten extrem stark zugenommen. Der Kenntnisstand der Mitarbeiter in den Betrieben konnte mit diesem schnellen Wachstum nicht immer mithalten. Daher besteht hier ein entsprechender Bedarf, Mitarbeiter in diesen Bereichen nachträglich zu qualifizieren.

Worauf freuen Sie sich bei diesem Hochschulzertifikatskurs ganz besonders?

Auf interessante Fragestellungen und Praxisaufgaben, die die Teilnehmenden mitbringen und die mir selbst auch wertvollen Input für meine Lehr- und Forschungstätigkeiten geben.

Und worauf dürfen sich die Teilnehmenden freuen?

Neben den praktischen Versuchen, die wir durchführen erwartet die Teilnehmenden ein Dozent, der Freude an der Vermittlung von anwendbarem Wissen hat, über langjährige Industrieerfahrung verfügt und das eigene Interesse an diesem Gebiet sehr gerne mit anderen teilt.

Den Link zur Vita von Professor Dr. Michael Heber finden Sie rechts im Downloadbereich.

Prof. Dr.-Ing. Michael Heber →

Konstruktionslehre und Kunststofftechnik

Reinarzstraße 49

47805 Krefeld

Telefon: +49 (0) 2151-822- 5121

Sprechzeiten nach vorheriger Vereinbarung

Bitte Termin telefonisch oder per E-Mail vereinbaren

bzw. vor oder nach der Vorlesung ansprechen.

Die Sprechstunden finden entweder in B 423 oder IE 23 statt.



Raum: B 423

E-Mail: Michael.Heber(at)hs-niederrhein.de

2.1.7 Flyer „Lehre in der wissenschaftlichen Weiterbildung – Impulse durch Wissenstransfer“

Um die Lehrenden an der Hochschule Niederrhein für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu gewinnen, wurde neben der persönlichen Ansprache und einem Mailing an die Lehrenden auch ein Flyer entwickelt: „Lehre in der wissenschaftlichen Weiterbildung – Impulse durch Wissenstransfer“. In ihm wurden die Vorteile aufgeführt, von denen die Lehrenden durch ein Engagement in der Weiterbildung profitieren können sowie die Leistungen des Projektteams bei der Kursentwicklung und Pilotierung. Der Flyer wurde an alle Professorinnen und Professoren sowie Lehrbeauftragte der Hochschule Niederrhein verteilt.

Das Team der wissenschaftlichen Weiterbildung:

Britta Benning Projektassistentin und Teilnehmerbetreuung
Tel.: 02161 822-1616 | britta.benning@hs-niederrhein.de

Sarah Clever Zertifikatsentwicklung und E-Learning
Tel.: 02161 822-1684 | sarah.clever@hs-niederrhein.de

Björn Hollburg Kommunikation und COBRA-Datenbank
Tel.: 02161 822-1661 | bjorn.hollburg@hs-niederrhein.de

Dr. Johannes Kopper wiss. Mitarbeiter volkswirtschaftl. Analysen
Tel.: 02161 186-6402 | johannes.kopper@hs-niederrhein.de

Dr. Katrin Waletzke Zertifikatsentwicklung und E-Learning
Tel.: 02161 822-1663 | katrin.waletzke@hs-niederrhein.de

Sie möchten in der wissenschaftlichen Weiterbildung lehren?



Ansprechpartnerin
Cordula Albersmann
Leiterin des Projekts:
Wissenschaftliche Weiterbildung
und Wissenstransfer für die Region
Tel.: 02161 822-1560
cordula.albersmann@hs-niederrhein.de



Lehre in der wissenschaftlichen Weiterbildung

Impulse durch Wissenstransfer

Wir bieten Ihnen folgende Leistungen:

- // Unterstützung bei der Ausarbeitung eines zielgruppen-spezifischen didaktischen Konzepts
- // Erarbeitung von formalen Unterlagen (z.B. Modulbeschreibung, Prüfungsordnung)
- // Erarbeitung von Werbematerialien (z.B. Flyer, Internetseite)
- // Akquise von Teilnehmerinnen und Teilnehmern
- // Einrichtung des Kursraums auf der Lernplattform Moodle
- // Hilfe bei der Erstellung von E-Learning-Inhalten
- // Organisation und Evaluierung der Zertifikatskurse




Der Aufbau der wissenschaftlichen Weiterbildung an der Hochschule Niederrhein wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert.
www.hs-niederrhein.de/brmbf/projekte-zur-lehre/weiterbildung-und-wissenstransfer



Neue Kontakte eröffnen neue Perspektiven:

Lebenslanges Lernen – das bedeutet für uns, auch Berufstätigen zu ermöglichen, in speziell für sie konzipierten Zertifikatskursen vom Wissen unserer Hochschule zu profitieren. Als Lehrende in der wissenschaftlichen Weiterbildung beschleunigen Sie den Transfer von Methoden und Erkenntnissen „über Köpfe“ in die Unternehmen und Institutionen. Und Sie profitieren gleich mehrfach:

- // Sie erhalten Anregungen für Ihre Lehr- und Forschungstätigkeit durch den intensiven Austausch mit Fach- und Führungskräften.
- // Sie haben zusätzliche Möglichkeiten, Projekte und Drittmittel zu akquirieren.
- // Sie vertiefen Ihre Kompetenz, auf hohem fachlichen Niveau und zugeschnitten auf die Bedürfnisse Berufstätiger zu lehren.
- // Sie erhalten ein zusätzliches Honorar.
- // Sie erproben innovative Lehrformen in einem Blended-Learning-Format.



*Bis Mitte 2017 wurden mehr als 320 Teilnehmende 27 Kurse besucht haben.

Unsere typischen Teilnehmenden* sind:

- // neugierig und zielstrebig
- // aus Unternehmen mit über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- // zu über einem Drittel Alumnis der Hochschule Niederrhein

Was die Teilnehmenden erwarten:

- // Wissens- und Kompetenzzuwachs hinsichtlich aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden
- // Praxisrelevanz und berufliche Verwertbarkeit der vermittelten Inhalte
- // hervorragende Lehre und Lehrmaterialien zur Verbindung von Präsenzlehre mit Selbstlernphasen
- // individuelle Betreuung und intensiven Austausch in Kleingruppen
- // ausgezeichnete Beratung und Organisation
- // gute Vereinbarkeit mit Beruf und Familie

2.2 Marketingmaßnahmen innerhalb der Projektlaufzeit

Folgend Marketingmaßnahmen wurden mit den Werbemitteln und den entsprechenden Werbeträgern durchgeführt

- E-Mailmarketing über die Adressdatenbank der Hochschule Niederrhein (ca. 7000 Unternehmensvertretern und ca. 9000 Alumni)
- E-Mailmarketing über Adresslisten der Fachbereiche und Dozenten
- E-Mailmarketing durch kooperierende Unternehmen
- Platzierung in Newslettern der Kooperationspartner
- Imagekampagne zur Steigerung der Bekanntheit durch Platzierung im Alumni-Newsletter (Aussendung zweimal im Jahr), im Hochschulmagazin „NIU“ (Aussendung im Sommer und Wintersemester), durch Plakatierung und Display-Werbung an Campus-Screens sowie Auslegung der Broschüren auf dem Campus der Hochschule
- Ausweitung der Imagekampagne durch externe Werbeträger. Schaltung von Anzeigen im IHK-Magazin Niederrhein, Niederrhein Manager, Business in MG
- Einstellung der Pilotkurse auf den Online-Plattformen Xing und Kursnet (Arbeitsamt)
- Erstellung eines Werbevideos und Platzierung auf Youtube
- Platzierung im News-Block (Branchentermine) beim VDMA NRW (<http://nrw.vdma.org>)
- Search Engine Marketing (SEM, Suchmaschinenmarketing)
- Teilnahme an hochschulinternen und externen Veranstaltungen, um als Weiterbildungsanbieter bekannt zu werden (beispielsweise Business-Frühstücke, Unternehmerabende, Unternehmensmessen)
- Persönliche Gespräche mit Unternehmensvertretern
- Interne Kommunikation :
 - persönliche Gespräche
 - interner Mail-Aufruf über Dozentenverteiler
 - Vorstellung des Weiterbildungsprojekts in Einzelgesprächen bei allen Dekanen der Hochschule
 - Vorstellung des Weiterbildungsprojekts im Senat
 - Vorstellung des Weiterbildungsprojekts bei Fachbereichsratssitzungen
 - Verteilung der internen Broschüre „Lehre in der wissenschaftlichen Weiterbildung“ an alle Dozent/innen in den Fachbereichen
 - Vorstellung der wissenschaftlichen Weiterbildung im Newsletter der Hochschule
 - Aussendung über internen Mailverteiler an alle Mitarbeiter/innen mit dem Angebot an den Pilotkursen teilzunehmen (1 Platz pro Kurs für Hochschulangehörige/n)

3 Auswertung der Kommunikationsmaßnahmen

3.1 Auswertung der Beratungsprotokolle und Erwartungsabfrage

Die Auswertung der Kontaktanfragen nach Aussendung der zweiten Pilotkurse über den Alumni- und Unternehmensverteiler sowie über die Kooperationspartner hat folgende Ergebnisse gezeigt:

- Die größte Kontaktdichte ist innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung festzustellen.
- In diesen 14 Tagen mussten 230 E-Maileingänge (Anmeldungen, Unterlagen, Rückfragen) bearbeitet werden.
- 30 telefonische Anfragen gab es im gleichen Zeitraum.
- Rückfragen beschränkten sich auf Fragen zu Anmeldeprozess, Kosten und Zulassungsvoraussetzungen
- Fast keine Rückfragen waren zu inhaltlichen Thematiken der Kurse zu verzeichnen.

Die schnelle Reaktion auf das Angebot zeigt, dass die Inhalte der Pilotkurse auf eine große Nachfrage stoßen. Die Präsentation der Angebote auf der Homepage der Hochschule Niederrhein und in den dazugehörigen Broschüren scheint, aufgrund der sehr geringen Rückfragen, sehr aussagekräftig zu sein. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Erwartungsabfrage. Offen bleibt, ob mit der Erhebung von Teilnahmegebühren auch ein längerer und kritischerer Entscheidungsprozess für die Wahl einer Weiterbildung verbunden ist.

3.2 Auswertung der Marketingmaßnahmen

Als Ergebnis der Marketingmaßnahmen können die Rückmeldungen von Interessenten über die Anmeldestatistik und Besucher auf der Webseite herangezogen werden:

Anmeldestatistik:

- Insgesamt gab es 812 Rückmeldungen (Interessenten) auf die Angebote der Hochschule
- Davon wurden 392 als Teilnehmer zugelassen
- 257 (32 Prozent) der Interessenten sind Alumni der Hochschule Niederrhein
- 314 genannte Arbeitgeber sind dem Netzwerk (Verteiler) der HN bereits bekannt
- 118 neue Unternehmen konnten identifiziert werden
- 387 (48 Prozent) interessieren sich in Absprache mit Ihrem Arbeitgeber für Weiterbildungsangebote
- 245 (30 Prozent) bewerben sich als Privatperson
- 68 Selbständige (9 Prozent)

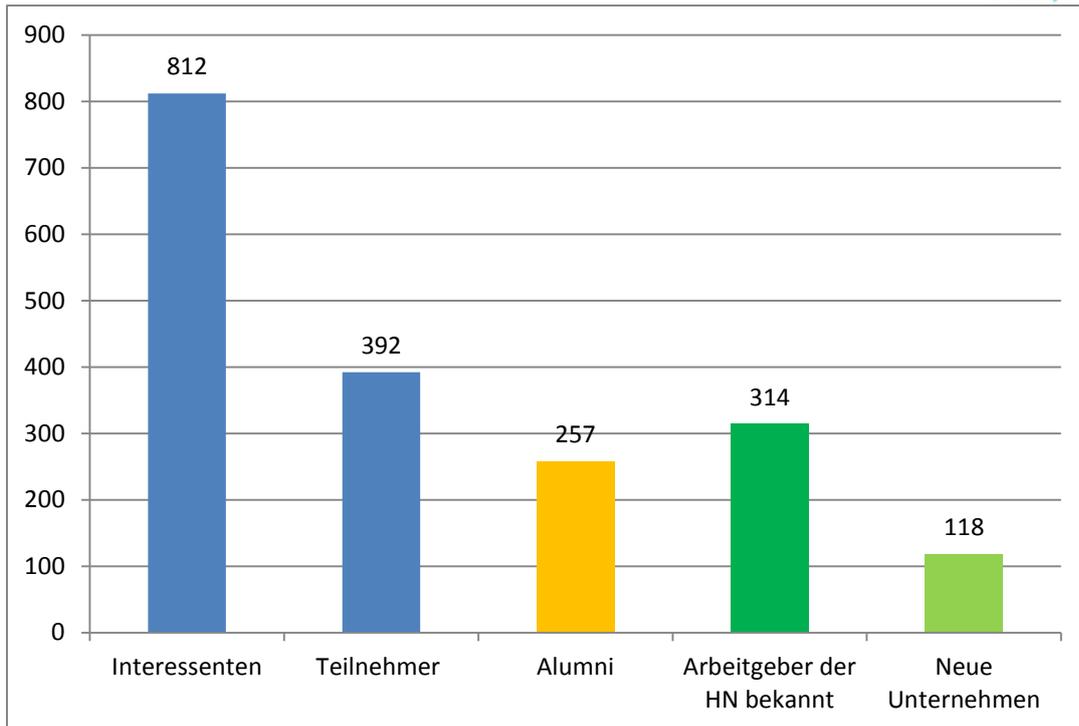


Abbildung: Auswertung Anmeldung/Interessensbekundungen

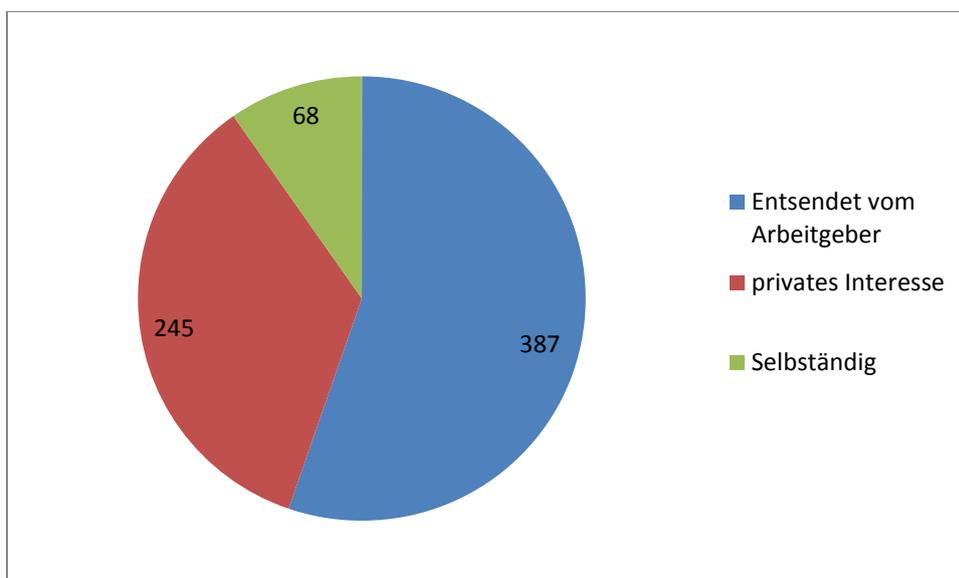
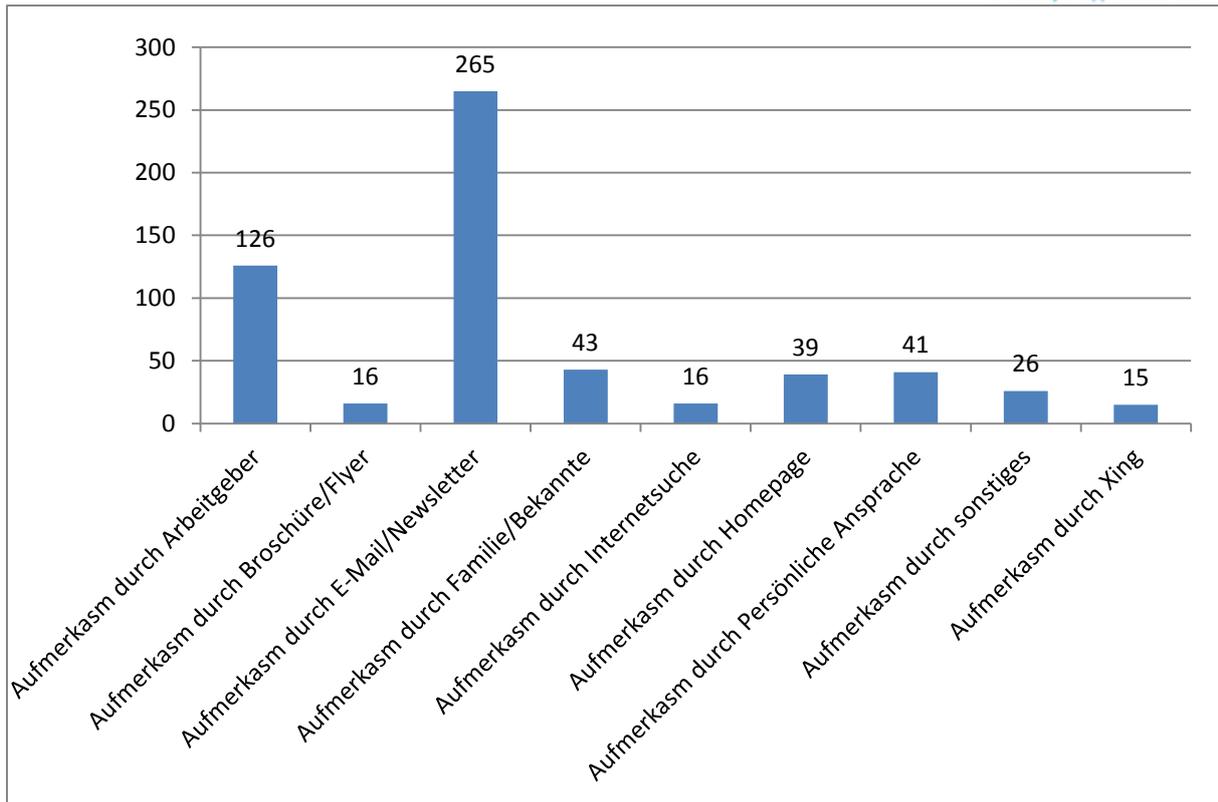


Abbildung: Rückmeldung bezüglich Entsendung, privates Interesse und Selbstständigkeit

Beim Anmeldeprozess geben die Interessenten zusätzlich Auskunft, wie Sie auf die Angebote der Hochschule aufmerksam geworden sind. Es zeigt sich, dass die direkte Ansprache per E-Mail sowie die Empfehlung durch den Arbeitgeber am stärksten ausgeprägt sind. Aber auch die anderen Distributionsstrategien (Onlineplattformen, Broschüren, Imagekampagne) finden sich in der Statistik wieder.



Auswertung Besucher Webseite

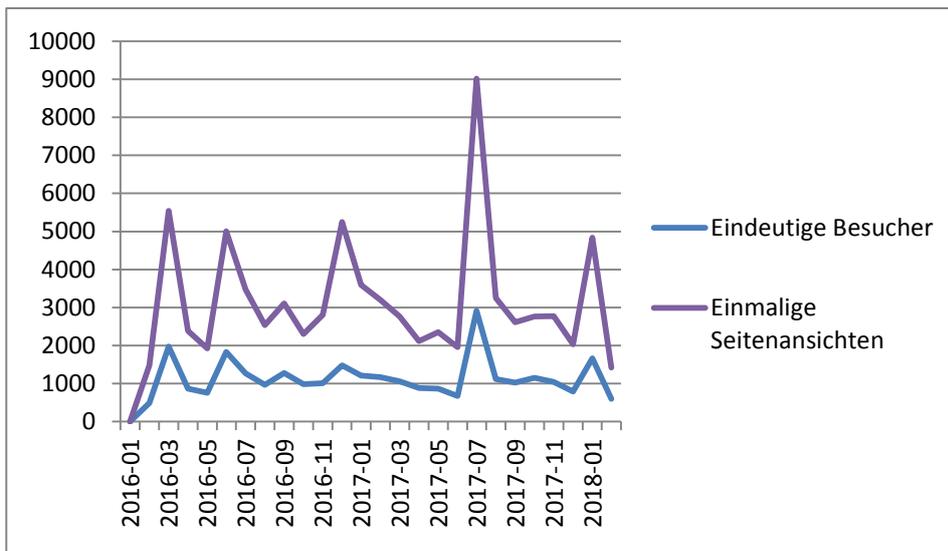
Durch das Analyse-Tool Piwik können Informationen über die Anzahl von Besuchern und Seitenaufrufen auf den Angebotsseiten der Wissenschaftlichen Weiterbildung über die gesamte Projektlaufzeit gewonnen werden. Die vereinzelt Spitzen in der Grafik zeigen die Bewerbung der einzelnen Pilotphasen insbesondere durch den vorgeschalteten E-Mailversand über das Netzwerk der Hochschule Niederrhein.

Auswertung der monatlichen Statistik über eindeutige Besucher und einmalige Seitenansichten im Zeitraum vom 01.01.2016 bis 15.02.2018

Datum	Eindeutige Besucher	Einmalige Seitenansichten
2016-01	4	4
2016-02	492	1476
2016-03	1974	5538
2016-04	865	2389
2016-05	753	1921
2016-06	1827	5004
2016-07	1266	3474
2016-08	966	2532
2016-09	1277	3111
2016-10	983	2298
2016-11	1005	2801
2016-12	1482	5249
2017-01	1211	3598
2017-02	1168	3196
2017-03	1062	2760
2017-04	882	2116
2017-05	869	2349
2017-06	672	1958
2017-07	2910	9018

2017-08	1116	3246
2017-09	1027	2615
2017-10	1150	2763
2017-11	1040	2769
2017-12	789	2029
2018-01	1663	4835
2018-02	594	1423
Mittelwert	1117	3095

Grafik: Eindeutige Besucher und einmalige Seitenansichten der Internetseite und Unterseiten der wissenschaftlichen Weiterbildung 01.01.2016 bis 02.02.2018



Xing

Das Netzwerk Xing umfasst 10 Millionen User in Deutschland und richtet sich primär an Berufstätige. Das Netzwerk bietet die Möglichkeit, einzelne Events einzustellen und diese über das Netzwerk zu bewerben. Bei der Bewerbung von Kursen mit spezifischem Fachwissen zeigte sich, dass die Ankündigung über das Netzwerk der Hochschule nicht ausreichend war, um genügend Teilnehmer zu akquirieren. Durch die Einstellung des Kurses“ Numerische Strömungssimulation“ auf der Plattform Xing konnten vier weitere Teilnehmer gewonnen werden. Für eine spätere Verstärkung von

Weiterbildungsangeboten ist die Plattform Xing als Marketinginstrument zu empfehlen. Das Karrierenetzwerk richtet sich speziell an die Zielgruppe Berufstätige und bietet einige weitere kostenpflichtige Vermarktungsoptionen wie Anzeigen oder Bannerwerbung.

Kursnet (Agentur für Arbeit)

Die Agentur für Arbeit betreibt ein berufliches Aus- und Weiterbildungsportal, in dem Anbieter kostenfrei Weiterbildungsangebote einstellen können.

Die eingestellten Pilotkurse wurden nur sehr gering aufgerufen und die vereinzelt Rückmeldungen zeigten, dass die Interessenten oft nicht ausreichend qualifiziert waren. Aufgrund einzelner Rückfragen zeigte sich zudem, dass viele Besucher dieses Portal nach Maßnahmen durchsuchen, die durch die Agentur für Arbeit gefördert werden und eine berufliche Neuorientierung oder Wiedereingliederung zum Ziel haben.

Bewerbung über Kooperationspartner

Der Kurs „Evidenzbasierte Pflege für PraxisanleiterInnen“ wurde parallel zur Entwicklung eines dualen Studiengangs Pflege konzipiert: *„Mit der voranschreitenden Akademisierung im Pflegebereich verändern sich nicht nur die Aufgaben und Berufsbezeichnungen für PraxisanleiterInnen. Sie müssen sich insbesondere an Mitarbeitende gewöhnen, die ihre pflegerische Tätigkeit kritisch-reflexiv betrachten und ihre Entscheidungen auf wissenschaftsbasierten Grundlagen treffen. Daher ist es zunehmend wichtig, die Kommunikation zwischen PraxisanleiterInnen, akademisierten Pflegekräften und Auszubildenden auf einem professionellen Niveau zu gewährleisten. Der Zertifikatskurs vermittelt die hierzu erforderlichen Grundlagen der evidenzbasierten Pflege. Ziel ist es, die professionelle Entscheidungskompetenz zu erweitern und eine kritische Reflexion zum eigenen Pflegehandeln zu erlangen.“* Die Kooperationspartner des dualen Studiengangs Pflege hatten und haben somit ein großes Interesse, ihre bestehenden Mitarbeiter in diesem Themengebiet weiterzubilden. Alle Plätze konnten daher direkt an die Kooperationspartner vermittelt werden. Es zeigt sich, dass durch bestehende Partnerschaften Bedarf und Angebot zielgerichtet entwickelt und kommuniziert werden können.

Adressverteiler Professorinnen und Professoren

Viele unserer Dozentinnen und Dozenten haben Ihren entwickelten Zertifikatskurs über ihr eigenes Netzwerk beworben oder die Daten zur Verfügung gestellt. Dabei zeigte sich, dass die Größe des Netzwerkes und die Datenqualität sehr unterschiedlich sind. Für eine spätere Verstärkung zu Marktpreisen, würden diese Netzwerke losgelöst nicht ausreichen.

Youtube

Für die Bewerbung des Kurses „statistische Versuchsplanung“ wurde durch den Dozenten ein Video produziert, welches auf die Inhalte des Kurses abzielt. Dieses Video wurde auf der Kursseite mittels eines Youtube-Videos integriert und wurde somit auch Bestandteil des Youtubekanals der Hochschule Niederrhein (781 Abonnenten Stand 02/2018).

Während der Projektlaufzeit wurde das Video inzwischen 2546-mal aufgerufen (Stand 02/2018). Inwieweit das Video ausschlaggebend für die Teilnahme am besagten Kurs hatte, wurde nicht erfasst. Jedoch folgt es dem Trend zur Werbung mit bewegten Bildern und hatte eine entsprechende Signalwirkung auch für den Bereich E-Learning. Eine Etablierung dieses Kommunikationsmittels ist zu empfehlen, da Angebote im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung eine komplexe fachspezifische Struktur haben und oft nur schwer in schriftlicher Form ausreichend kurz erläutert werden können.

Presseartikel und Newsletter

Die Auswirkungen einzelner Presseartikel oder Erwähnungen in Newslettern der Kooperationspartner wurden statistisch nicht erfasst. Ein enormer Anstieg von Anfragen aus der Wirtschaft oder Einzelpersonen in Folge auf eine Veröffentlichung konnte nicht festgestellt werden. Es zeigt sich, dass ein vereinzelter Artikel in Zeitungen oder Newsletter nicht ausreicht, um eine bewusste Wahrnehmung der Angebote zu sichern. Nur eine stetige begleitende Pressearbeit hilft, die wissenschaftliche Weiterbildung in der Region zu verankern.

Search Engine Marketing (SEM, Suchmaschinenmarketing)

Bei der Entwicklung der Kurse und der Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule Niederrhein wurde in der Regel im Vorfeld eine kurze Konkurrenzanalyse durchgeführt. Insbesondere im Zuge der Namensgebung wurde die Suchmaschine Google auf etwaige Konkurrenzangebote durchsucht. Bei der Veröffentlichung der Kurse wurden grundsätzlich Schlagwörter und Titel im Sinne der Suchmaschinenoptimierung (SEO) gewählt. Dabei zeigte sich das Dilemma zwischen einer individuellen spezifischen Namensgebung und einer allgemeine Namensgebung. Je spezifischer die Inhalte und der Titel der Weiterbildungsmaßnahme sind, umso höher ist die Position bei der generischen Googlesuche. Eine hohe Positionierung bei der Googlesuche ist für die Bewerbung von Produkten oder Dienstleistung ein sehr wichtiger Faktor. Allerdings zeigte sich auch, dass spezifische Titel in den meisten Fällen von der Zielgruppe nicht gesucht werden. Der Weiterbildungsmarkt ist stark besetzt, dies verdeutlicht sich, bei Verwendung von allgemeineren Weiterbildungsthemen. Bei einer generischen Suche nach einer Weiterbildung im Bereich Arbeitsrecht erscheint das Angebot der Hochschule erst auf den zweiten oder dritten Suchergebnisseiten. Die ersten Seiten sind in der Regel auch von Plattform-Anbietern wie „Kursfinder“, „Fortbildung24“ usw. belegt, die entweder entsprechende Anzeigen geschaltet haben oder ihre Seiten im Sinne des Google-Algorithmus optimiert haben.

4 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass nur ein ausgewogener Marketingmix zielführend für die Bewerbung der Pilotkurse war. In Hinblick auf eine spätere Verstärkung der Angebote zu Marktpreisen muss erwähnt werden, dass die Maßnahmen für die Akquirierung von Teilnehmern für kostenfreie Pilotkurse ausreichend waren, aber mit Blick auf die Konkurrenzsituation bei weitem nicht für ein Bestehen am Markt. Da die meisten Teilnehmenden durch E-Mail/Newsletter (37,7%) oder durch ihren Arbeitgeber (28,6%) auf die Weiterbildungsangebote der Hochschule aufmerksam

gemacht wurden, ist der Ausbau der Netzwerkes (Adressdatenbank) der Hochschule Niederrhein eine zwingende Voraussetzung für die erfolgreiche Bewerbung von Weiterbildungsangeboten. Dies gilt sowohl für den Bereich Alumninetzwerk sowie der Ausbau und Pflege der Kontakte zu Unternehmen. Des Weiteren müssen für eine Verstärkung der Angebote weitere kostenpflichtige Marketingmaßnahmen herangezogen werden. Darunter zählen unter anderem die Platzierung auf Marktplätzen wie „Kursfinder“ oder „Fortbildung24“, die Schaltung von Anzeigen bei Google (SEA), Facebook und spezifischen Internetplattformen sowie Presse- und Anzeigenkampagnen bei regionalen oder fachspezifischen Zeitschriften. Aufgrund der besonderen Thematiken der wissenschaftlichen Weiterbildung können die Zielgruppen in der Regel sehr gut eingegrenzt werden. Jedoch ist eine zielgerechte Ansprache und Erreichen eben dieser ohne Kosten kaum möglich. Positiv ist jedoch, dass die Marke „Hochschule“ sehr positiv behaftet ist und somit Unternehmen und Multiplikatoren gerne bereit sind, Angebote zu verbreiten. Inwieweit diese Bereitschaft bei Einführung von Gebühren abnimmt, bleibt abzuwarten. Insgesamt kann über den Verlauf des Projektes festgehalten werden, dass die Hochschule Niederrhein intern sowie extern ein neues „Produkt“ etabliert hat und sich neue Kommunikationsprozesse entwickelt haben.