



Mitgliederwerbung in einer LEI:

Wie erreicht man neue Mitstreiter - Öffentlichkeitsarbeit einer HSG an der Universität Karlsruhe (TH)

17. LEI-Jahrestreffen des DAAD
Bonn, 08./09.11.2008

Gliederung

- Kurze Vorstellung
- Wen suchen wir? / Welche Studierenden sind unsere Zielgruppe?
- Werbemittel
- Zusammenfassung/Fazit

Wer sind wir?

- Hochschulgruppe der Uni Karlsruhe
- entstanden als Arbeitskreis der Fachschaft WiWi
- Offizieller UStA-Arbeitskreis

- Ca. 25-30 aktive Mitglieder aller Studienrichtungen der Uni Karlsruhe
- Betreuung von ca. 500 Incomern und ca. 200 Outgoern

Was machen wir?

für Incomer

- O-Phase (Deutschland, Karlsruhe und die Uni, organisiert vom AAA)
- Aktivitäten (Stammtisch, Fahrten, Kulturprogramm, etc.)
- Kulturabende anstoßen

Was machen wir?

für Outgoer

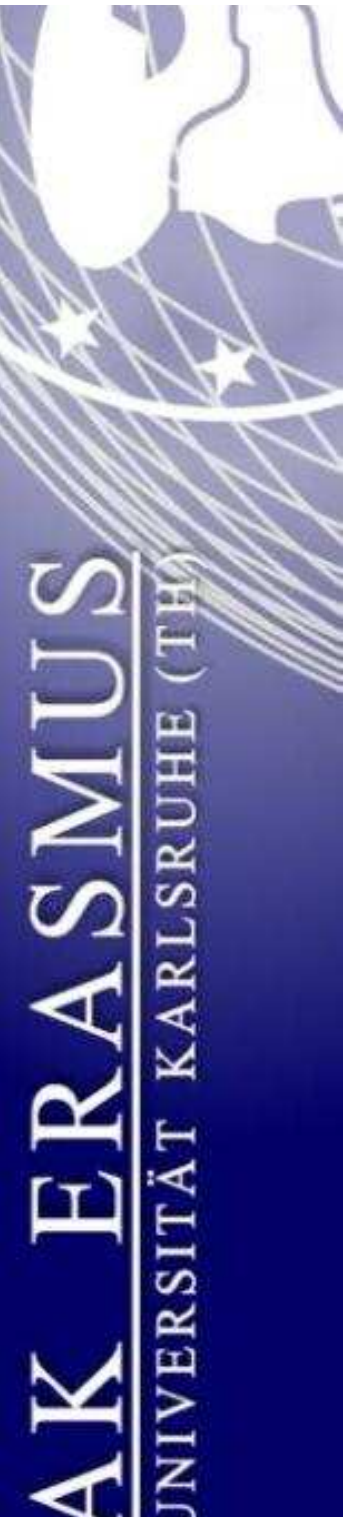
- Info-Veranstaltungen (Sprechstunde, Infoabend, Outgoertreffen AAA, etc.)

für Alle

- Emailliste
- Homepage
- Marktplatz

Wen wollen wir ansprechen?

- deutsche Studenten der Universität Karlsruhe
- langfristiger in Karlsruhe bleibende internationale Studenten
- International aufgeschlossen
- Freude anderen zu helfen
- Spass am Organisieren



Wen wollen wir ansprechen?

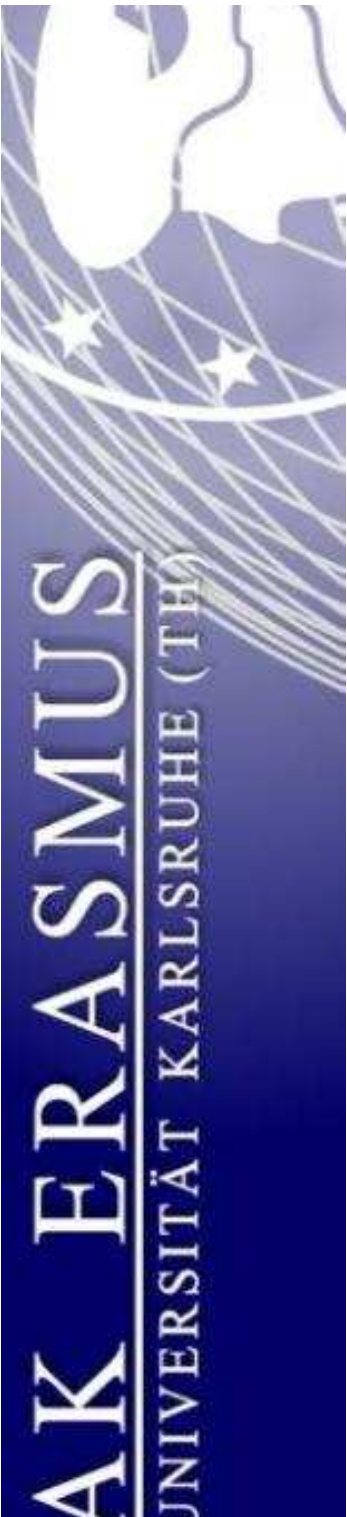
Hauptzielgruppen

- junge Semester die noch kein Austauschjahr haben
- gerade aus dem Austauschjahr Zurückkehrende (ca. 7. Semester)

Welche Werbemittel

-
- Aktiv werben mit
Mitarbeitsmöglichkeiten, z.b.:
 - internationalen Austausch
 - Zusammenarbeit mit anderen engagierten Studenten
 - Erfahrung sammeln im Umgang mit anderen Kulturen und Organisation
 - Flyer verteilen

Welche Werbemittel



**“MAILAND ODER MADRID -
HAUPTSACHE ITALIEN!”**

Andreas Möller

**LERNE STUDENTEN
AUS DER GANZEN WELT
KENNEN UND ENTDECKE
DEN FEINEN UNTERSCHIED!**

Wir beraten und informieren Studenten
über das Erasmus-Austauschprogramm und
organisieren Ausflüge, Partys und vieles
mehr für ausländische Studierende.

Interessiert? Wir treffen uns jeden Dienstag
um 19.30 h im AK-Büro (20.13 Raum 007).



AK ERASMUS
UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)

Welche Werbemittel

- Eigene O-Phase
- direkt Koop. mit AAA, dadurch Weiterleitung
- HSG-Messe (Wiwi-Ophase)
- HOC
- Info-Veranstaltungen der Fakultäten
- Klausurtagung um neue Mitglieder einzubinden

Welche Werbemittel



The screenshot shows the website for AK ERASMUS at the University of Karlsruhe (TH). The header includes the university logo and name, a login form with fields for 'Benutzername' and a password, and a 'Login' button. Below the header is a navigation menu with links for 'Startseite', 'Arbeitskreis', 'Outgoer', 'Incomer', 'Bilder', and 'Markt'. The main content area features a large image of the Brandenburg Gate at night, titled 'NEUES VOM AK ERASMUS'. Below this image is a section titled 'KULTURPROGRAMM IN BERLIN' with an important note and details about a cultural program in Berlin. To the right of the main content is a sidebar with a 'MENÜ' section listing 'Mailinglisten', 'Kalender', 'News Archiv', and 'News Feed', and a 'STAMMTISCH' section with a photo of a bar and event details for 'El Taquito'. At the bottom right, there is a section titled 'ZUM ENTDECKEN' with a photo of people and the text 'KENNST DU SCHON DEN MARKT'. The entire page has a yellow background.

AK ERASMUS
UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)

AK ERASMUS
UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)

Benutzername

Login
Passwort vergessen?

Startseite Arbeitskreis Outgoer Incomer Bilder Markt

NEUES VOM AK ERASMUS

KULTURPROGRAMM IN BERLIN

IMPORTANT NOTE: *There was a problem in the registration form for some activities which has now been solved!*

we will offer a cultural program for you on Saturday the 15th during our trip to Berlin. You will have to chose from various activities offered such as a visit of a Bundesliga soccer game and museum visits.
The majority of the activities offered will be free for you!

We will end the registration on Thursday evening at 19.30 h. Please register as quiddy as possible, since there are just a limited amount of places available for some activities, e.g. the Bundesliga game, and places will be given to you

MENÜ

- Mailinglisten
- Kalender
- News Archiv
- News Feed

STAMMTISCH

am 04.11.08 um 21 Uhr
im **El Taquito**
Waldstraße 24 - 26 (Karte)
Von 21-23 Uhr ist Cocktail
Happy Hour!

ZUM ENTDECKEN

KENNST DU SCHON DEN MARKT

EVENTS

Welche Werbemittel

- Engagier-Dich

The screenshot shows the website for Engagier-Dich, a student initiative at the University of Applied Sciences (TH) in Karlsruhe. The website header includes the URL www.Engagier-Dich.de, the description "Eine Initiative der Studentischen Hochschulgruppen der Universität Fridericiana (TH), Karlsruhe", and contact information: info@engagier-dich.de, [Impressum](#), and [Intern](#).

The main content area displays a grid of logos for various partner organizations and groups:

- EDGE KARLSRUHE**: Logo featuring a globe and stars.
- AIESEC**: Logo with the acronym and silhouettes of people walking.
- bonding**: Logo with the text "STUDENTENINITIATIVE E.V." below it.
- Debatte Karlsruhe e.V.**: Logo featuring a red megaphone.
- delta**: Logo with a blue triangle and the text "delta e.V.".
- STIEM**: Logo with a stylized graphic.
- forum informationswirtschaft**: Logo with a gear and sun icon.
- Fokus Forschung**: Logo with a blue circle and the text "Fokus Forschung".
- fuks**: Logo with a square icon.
- 54 GRUPE PARTYHOCHSCHULGRUPPE**: Logo with the number 54 and the text "GRUPE PARTYHOCHSCHULGRUPPE".
- I.A.E.S.T.E.**: Logo with a globe and the text "I.A.E.S.T.E.".
- LHG Karlsruhe**: Logo with the text "LHG Karlsruhe".
- AK ERASMUS UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)**: Logo with a stylized 'A' and the text "AK ERASMUS UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)".
- Global Marshall Plan**: Logo with a blue circle containing an equals sign and the text "Global Marshall Plan balance the world with an Eco-Social Market Economy. Gruppe Karlsruhe".
- kine**: Logo with icons for sun, leaf, person, water, and power, and the text "karlsruher initiative zur nachhaltigen energiewirtschaft".

Welche Werbemittel

- Koop. mit anderen HSGs mit ähnlicher Ausrichtung (z.B. AEGEE, AIESEC, IAESTE) im Bereich Engagier-Dich und Party
- Ausweitung unseres Outgoerangebots
- Sprechstunde

Welche Werbemittel

- Präsenz zeigen (Wiwiwi, Wiwiso, AK Sommerfest)
- Stammtisch
- Kulturabende (Incomer präsentieren ihre Kultur) für alle öffentlich
- interfakultive Arbeit → Mund-zu-Mund-Propaganda an der ganzen Uni

Fazit

- O-Phase ist Hauptrekrutierung
- zusätzlich HSG-Messen und Stammtische
- ohne ständiges Präsenz zeigen aber wirkungslos
- Klausurtagung → Zusammenhalt stärken und somit Freundeskreise der Mitglieder

AK ERASMUS
UNIVERSITÄT KARLSRUHE (TH)



Wir bedanken uns für Ihre Aufmerksamkeit!

Ende