



UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN

Universitätsbibliothek Paderborn

Rechenschaftsbericht des Rektorats

Universität Paderborn

Paderborn, Nachgewiesen 1983/87 - 1991/92

Öffentlichkeitsarbeit der Pressestelle

urn:nbn:de:hbz:466:1-8519

Festsaal verwandelten Mensa. Das hochkarätige Rahmenprogramm war aber wider Erwarten nur für wenige Hochschulmitglieder ein Grund zum Kommen.

Das Studentenwerk, Veranstalter des Festes, will trotzdem am unkonventionellen Rahmen, der sich als kommunikationsfördernd herausstellte, festhalten. Mit frühzeitiger und intensiver Werbung zu einem gut plazierten Termin (der AStA feierte in diesem Jahr drei Tage zuvor sein Sommerfest) werden sich dann zum nächsten Fest an gleicher Stelle sicherlich mehr Hochschulangehörige und Auswärtige einfinden.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER PRESSESTELLE

Die *Öffentlichkeitsarbeit der Pressestelle* hat sich im Berichtszeitraum insbesondere auf folgende Gebiete erstreckt:

- Herausgabe der Hochschulzeitschrift,
- Versorgung der lokalen/überregionalen (Fach-)Presse und des Rundfunks mit Artikeln,
- Betreuung von Pressekonferenzen, z.B. zu Beginn jedes Wintersemesters,
- Herausgabe von Informationsbroschüren,
- Herausgabe des Veranstaltungskalenders,
- Mitarbeit an der Herausgabe der 'Paderborner Universitätsreden',
- Betreuung von Besuchern der Hochschule,
- Kontaktpflege zu den Medienvertretern,
- Kontaktpflege zu anderen Institutionen (u.a. Stadt, Universitäten, Unternehmen, Verbände).

Im Berichtszeitraum erschienen 20 Ausgaben der Hochschulzeit-

schrift 'hausmitteilung'. Die Nummern 1 bis 4 wurden von der Hochschulverwaltung herausgegeben. Anfang 1987 wurde die 'hausmitteilung' eingestellt. Ihr folgte die 'Paderborner Universitätszeitschrift', kurz *puz* genannt. Sie unterscheidet sich nicht nur durch die äußere Aufmachung von der eher biederen Vorgängerpublikation. Sie setzt auch inhaltlich neue Akzente. Die Berichterstattung über Hochschulpolitik, Aktivitäten der Fachbereiche, Gremienarbeit, kulturelle Veranstaltungen, Kolloquien und Personalien wird ergänzt durch die umfangreiche Beilage 'Forschung in Paderborn', die im Auftrag des Rektorats von einem Herausgebergremium betreut wird. Diesem Gremium gehören die Professoren Holzapfel, Jarnut, Kumm, Monien, Paul und Reiß an. Die in einem Kalenderjahr publizierten Beiträge der 'Forschung in Paderborn' sollen in einem gesonderten Jahresband zusammengefaßt werden. Bislang sind zwei Ausgaben der neuen Hochschulzeitschrift erschienen.

Erstmals wurde unter Federführung der Pressestelle eine farbige Kurzbroschüre der Hochschule herausgegeben, die noch in diesem Jahr in die 2. Auflage gehen wird. Sie erscheint, in modifizierter Form, auch in englischer Sprache.

HOCHSCHULMARKETING

Die primäre Aufgabe des neuinstallierten Sachgebiets *Hochschulmarketing* ist die Entwicklung und Realisierung eines Marketing-Konzepts für die Hochschule in Wort, Bild und Ton.

Begründet wird diese Aufgabenstellung durch den erkennbar zunehmenden Wettbewerb der Hochschulen untereinander um Studenten, Hochschullehrer und sächliche Ressourcen. Dieser Wettbewerb ist nicht Selbstzweck, sondern hat zum Ziel, die Leistungsfä-