

TU Hamburg

Studenten gewinnen per Social Media

[13.6.2019] Auf ihr neues Bewerbungsportal macht die Technische Universität Hamburg (TUHH) via Social-Media-Kampagne aufmerksam.

Hochschulen und Universitäten mit technischem Fokus stehen vor der Herausforderung, zukünftig neue Studierende zu gewinnen. Die Zahlen kompetenter Studienanfänger sind bundesweit rückläufig und das Interesse an Technikfächern nimmt ab. Die Technische Universität Hamburg (TUHH) beschreitet daher neue Wege und hat zum 1. Juni die Social-Media-Kampagne "Technisch ist das möglich" gestartet. Dabei soll via Twitter, Instagram und Facebook bundesweit auf die ausgebauten und neu konzipierten Ingenieursstudiengänge der TUHH aufmerksam gemacht werden. "Die TUHH will dem Trend mit einer sehr modernen Ansprache an Studierwillige entgegentreten. Wir müssen junge Leute für Technik und Wissenschaft neu begeistern", erklärte TUHH-Präsident Ed Brinksma die Idee hinter der Social-Media-Kampagne. Mit der Werbung via Social Media nimmt die TUHH nach eigenen Angaben eine Vorreiterrolle unter den Technischen Hochschulen in Deutschland ein. Kernelement der neuen Kampagne sei das neue Studienbewerbungsportal [stuhhdium.de](https://www.stuhhdium.de), das alle Informationen zu Studium und Einschreibung bündelt. Wie die TUHH weiter mitteilt, wurde die Kampagne von der Hamburger Kreativagentur GWW entwickelt, und gemeinsam mit der Digitalagentur LOOP aus Salzburg umgesetzt. **(bs)**

<https://www.tuhh.de>

<https://twitter.com/tuhamburg>

Stichwörter: Social Media, TU Hamburg

Bildquelle: GWW/TUHH

Quelle: www.move-online.de