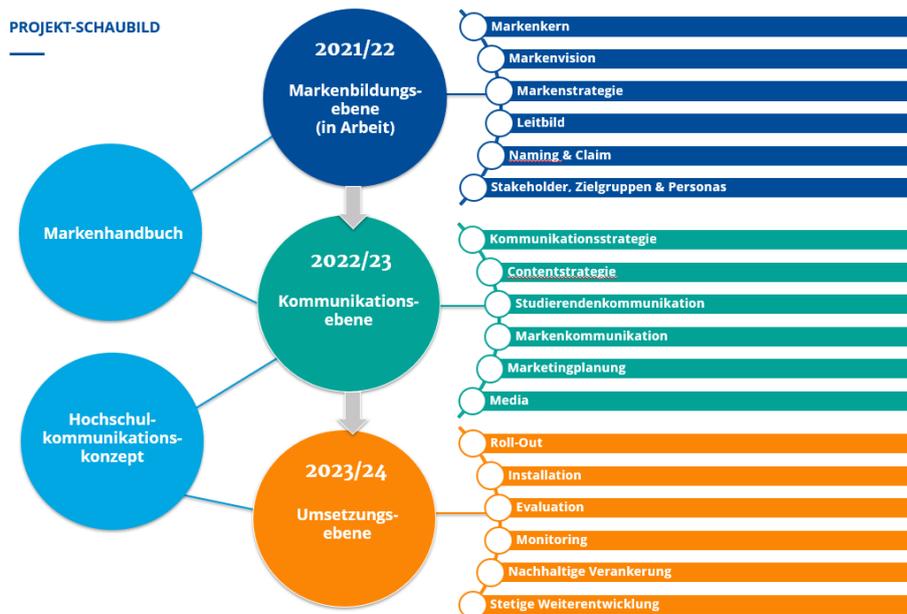


Markenreise AG | Stand: 16.02.2022

### Beschreibung der AG Markenreise

Die Arbeitsgruppe Markenreise ist ein Konsortium aus Marken- bzw. Marketingspezialisten unserer Hochschule, die aufgrund ihrer Expertise auf den Gebieten „Brand Building“ und „Kommunikation“ aktiv sind und fachliche Kompetenzen mitbringen, die die Markenbildung benötigt. Des Weiteren befinden sich in der Marken AG auch flexible Mitglieder, die einen großen und engen Bezug zu unserer Hochschule haben, die es uns ermöglichen eventuell intern bestehende Barrieren gegen unser Vorhaben aufzubrechen und als Multiplikatoren in der Hochschule für das Vorhaben zu „werben“. Die flexiblen Mitglieder können aber auch zusätzlich eine beratende Funktion einnehmen und in und an bestimmten Themen und Milestones mitarbeiten. Die Marken-AG kümmert sich vordergründig um die erste Ebene der Markenreise, treibt diese maßgeblich voran und zeigt sich für den gesamten Prozess zur Zielerreichung verantwortlich. Sie ist Dreh- und Angelpunkt, koordiniert, steuert und legt essentielle Grundpfeiler der künftigen Markenkommunikation der HAW Hamburg fest und liefert zur Orientierung aller das **Markenhandbuch**. Dieses soll Grundlage für die Ausarbeitung der zweiten Ebene „Kommunikation“ und somit die Basis des **Hochschulkommunikationskonzepts** bilden.



## Ziele der Arbeitsgruppe

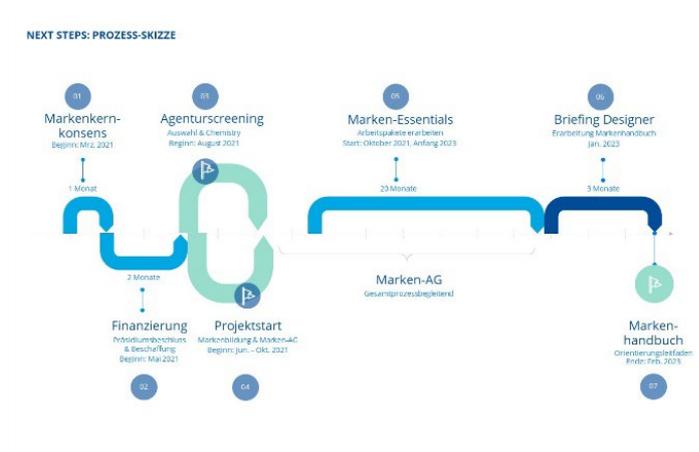
- Initialisieren und Gestalten des Markenbildungsprozesses
- Grundlagen für kommunikative Leitplanken bilden
- Schärfung der Corporate Identity
- Definition und Finalisierung des Markenkerns und der essentiellen Arbeitspakete (Core Values, Markenstrategie, Markenvision, Markenarchitektur, Leitbild in SEP-Ausdeutung, Naming & Claim sowie Identifizierung der diversen Stakeholder, Zielgruppen und Personas)
- Markenkern innerhalb der Hochschule plakativ, erleb- und anfassbar machen
- Konsensuale Zustimmung aller Hochschulmitglieder erzielen
- Permanente und nachhaltige Identifikation stiften
- Erste Ansprechpartner für alle Hochschulmitglieder sein
- Sammeln, evaluieren und reporten von Prozess-Ergebnissen
- Managen und prüfen des qualitativen Outcomes
- Markenhandbuch für alle Hochschulmitglieder bereitstellen

## Aufgaben der Arbeitsgruppe

- Koordination, Leitung und Sicherstellung eines integrativen, kooperativen, partizipativen und transformativen Bottom-Up-Prozesses
- Organisation, Planung, Begleitung und Umsetzung des gesamten Markenbildungsprozesses mit den operativen Teams
- Erzielung und Aufrechterhaltung einer Begeisterung für dieses Projekt
- Zusammenarbeit und Mitnahme aller Hochschulmitglieder
- Zusammenführen und Diskussion der Ergebnisse
- Stärken/Schwächen der Hochschule identifizieren
- Herausarbeiten der Hochschulqualität unter Berücksichtigung der fakultäts- und departmentseitigen Qualitäten und Interessen

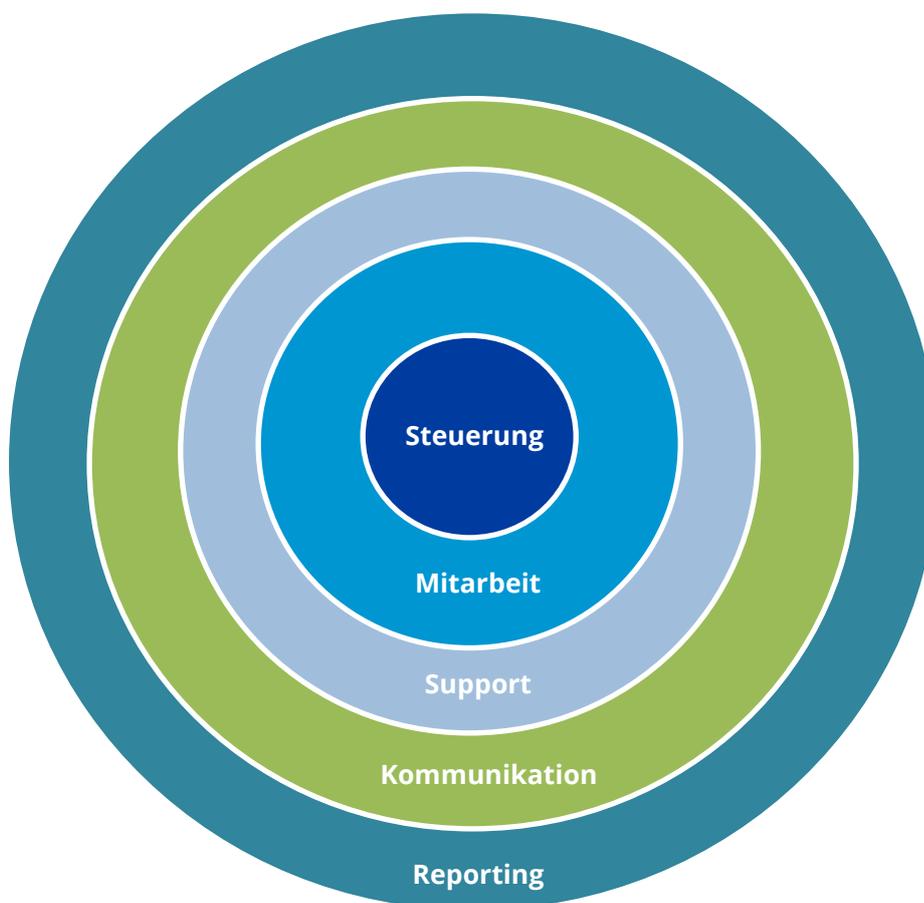
## Startpunkt und Dauer der AG

Anfang März, gesamtprozessbegleitend für 20 Monate



### Mitglieder-Zusammensetzung

Max. 10 Mitglieder bestehend aus einem Kern- und Expertenteam und flexiblen Mitgliedern, die zu bestimmten Meilensteinen Themenbereichen eingebunden werden.



Team Nukleus & Experten  
sind  
das organisatorische,  
strategische und  
konzeptionelle  
Speerspitzen-Tandem

**Team „Nukleus“ 4 Mitglieder: Hr. Teuscher/Hr. Echterhagen/Hr. Sabouneh/Agentur**

**Team „Experten“ 3 Mitglieder: Fr. Blacha/Fr. Birr/Fr. Schmietendorf**

**Team „Berater“ Flexible Mitglieder: Hochschulverwaltung und weitere TVPs, Fakultätsverwaltungen, Profs, Wiss. Mitarbeiter\*innen sowie Studierende**

**Team „Botschafter“: Flexible Mitglieder: Öffentlichkeitsmitarbeiter\*innen, Hr. Sterzenbach, Hr. Kletschkowski**

**Team „Feedbackgeber“: Leitungsrunde, Führungskräfte-DB's, Hochschulsenat und Hochschulöffentlichkeit**

### **Team „Nukleus“**

Das Team Nukleus ist das Lenkungs- und Steuerungsorgan der Markenreise und der AG. Es ist hauptverantwortlich für die Vision des Vorhabens und besteht aus folgenden Mitgliedern.

### **Prof. Dr. Micha Teuscher – Präsident der HAW Hamburg**

Funktion: Initiator der Markenreise & Leitung der AG, Strategie und Hauptentscheidungsträger mit Hr. Echterhagen

### **Matthias Echterhagen – Leitung der Stabsstelle Presse und Kommunikation**

Funktion: Initiator der Markenreise & Moderation der AG sowie Hauptentscheidungsträger mit Hr. Teuscher

### **Nabil Sabouneh – Referent für Markenkommunikation**

Funktion: Strategie, Konzeption und Steuerung der Markenreise und Organisation sowie Steuerung der AG sowie der Leitagentur und gesamte Projektleitung

Aufgaben: Direktkontakt zur Agentur, Kommunikator der AG, Projektmanagement, Ergebnisgarant

### **Leadagentur – Markenstrategie**

Funktion: Projektleitung in Zusammenarbeit mit Referent Markenkommunikation

Aufgaben (Auszug, Details befinden sich in der Ausschreibung): Beratung, Führung, Moderation von gestaffelten Workshops und Tiefeninterviews mit Einrichtungen der Hochschule, Erarbeitung der Arbeitspakete sowie Dokumentation und Qualitätssicherung

### Team „Experten“

Die Experten sind Kolleg\*innen der HAW Hamburg, die aufgrund ihrer fachlichen Expertise das Kernteam unterstützen.

Sie arbeiten eng in regelmäßigen Abständen mit dem Team „Nukleus“ zusammen und bilden somit den engeren Kreis des Vorhabens.

### **Anka Blacha – Referentin für Interne Kommunikation**

Funktion: Kommunikation, Organisation und Bespielung der internen Kanäle, Umsetzung eines Dialogspecials „Auf einen Kaffee mit ...“ zum Thema Marke

Aufgaben: Unterstützung bei der Bekanntmachung des Projekts innerhalb der Hochschule sowie Reporting

### **Hannah Birr – Referentin für Veranstaltungen**

Funktion: Kommunikation, Organisation, Projektmanagement und Initialisierung von Dialogformaten

Aufgaben: Konzeption und Formatentwicklung „Roadshow“ und Unterstützung sowie Umsetzung der Dialogformate

### **Hendrike Schmietendorf – Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation an der Fakultät DMI**

Funktion: Strategie & Beratung, Multiplikatorin

### Team „Berater\*innen“

Das flexibel zusammengesetzte Beraterteam genießt einen Sonderstatus in der Marken AG. Es sind Mitglieder aus der Hochschulverwaltung, weiteren TVPs, Fakultätsverwaltungen, Profs, Wiss. Mitarbeiter\*innen sowie Studierende. Das Team soll zu anlassbezogenen Meilensteinen und Themen- und Arbeitsfeldern hinzugezogen werden. Sie vertreten hierbei Ihre Abteilungen, geben außerdem konstruktiven, wertvollen beratenden Input hinsichtlich ihrer leitenden Position an unserer Hochschule. Die Berater vertreten ggf. kritische Meinungen, die einen neuen Blick auf das Projekt werfen können.

### Team „Botschafter\*innen“

Das Team Botschafter hat einen Überzeugungsauftrag inne. Sie stehen dem Projekt offen, wohlwollend und proaktiv gegenüber. Sie dienen als Icebreaker, um das Projekt breiten- und tiefenwirksam in der Hochschule zu platzieren und bekannt zu machen. Sie sind langjährig an der HAW Hamburg aktiv, sind aus Überzeugung HAWianer, übernehmen zum Teil Schlüsselpositionen, sind gut vernetzt und haben ein gutes Standing in der Hochschule. Sie sind entscheidende Multiplikatoren, die unsere Botschaften nach Innen transportieren.

### Team „Feedbackgeber\*innen“

In diesem Projekt ist geplant regelmäßig auf Leitungs-, Führungskräfte, Hochschulsenats- und Hochschulöffentlichkeitsebene über den Status des Projekts zu informieren.

### **Arbeitsweise, Meeting-Tonus & Tools:**

PK initiiert Workshops in Zusammenarbeit mit:

- a) Öffentlichkeitsmitarbeiter\*innen der Fakultäten und Departments  
Hendrike Schmietendorf, Monika Neugebauer, Aleksandra Doneva,  
Kerstin Praetzel, Tiziana Hiller,
- b) Professor\*innen
- c) Technisches und Verwaltungspersonal
- d) Studierende
- e) Strategie-Leadagentur