

## ID-Projekt

Was macht uns als Hochschule Geisenheim aus?

Wie Sie sehen wir uns selbst, was erwartet die Außenwelt von uns? Was ist unsere Identität, wie leben, und wie zeigen wir sie?

Diesen Fragen nach nun 12 Jahren als eigenständige Hochschule neuen Typs nachzugehen und darauf basierend den Markenauftritt der „Hochschule Geisenheim University“ nachzuschärfen, genau darum geht es im „ID“-Projekt.

Wir freuen uns über die Beteiligung aller Kolleginnen und Kollegen sowie Studierenden. Jetzt mitmachen! Unsere Identität bestimmen wir alle!



## Die Zielsetzung

Hier finden Sie/Ihr alle Erklärungen rund um die Hintergründe für das ID-Projekt.

### Warum wir das (jetzt) tun – eine Einordnung von Prof. Dr. Hans Reiner Schultz

Die Hochschule hat sich in den letzten Jahren dynamisch entwickelt. Viele neue Kolleginnen und Kollegen sind zu uns gestoßen. Viele neue Themen, Forschungsprojekte, Kooperationen, Studiengänge, Gebäude sind dazu gekommen. Wir haben ganz neue Chancen und Möglichkeiten als Hochschule. Aber auch viele neue Herausforderungen. Neben finanziellen Themen sind das in unserem Fall vor allem auch veränderte Rahmenbedingungen unserer Außenwelt, unserer Branchen, sowie geänderten Erwartungen unserer Studierenden und Studieninteressierten.

In diesem Spannungsfeld ist es wichtig, dass wir uns unserer eigenen Identität und unseren Chancen klar werden, diese mit den externen Erwartungen abgleichen, und auf der Basis den Markenauftritt mit Fingerspitzengefühl nochmal etwas anpassen und weiter modernisieren.

Wichtig dabei: Es geht es nicht darum, alles umzustößeln. Auch das Logo werden wir aller Voraussicht nach nicht ändern. Vielmehr geht es um eine Art Reflektion, um ein neues gemeinsames Verständnis. Und darauf aufbauend u.a. um einen kürzeren neuen Leitspruch/Claim, einen überarbeiteten Look und neue praktische Vorlagen.

Das alles wird uns in vielerlei Hinsicht helfen: Beim Studierendenmarketing, in der Branchenkommunikation, bei Forschungsanträgen, sowie in der Zusammenarbeit intern und extern. Um hiervon möglichst schnell zu profitieren, haben wir uns im Präsidium entschieden, dieses Projekt trotz aller sonstigen Themen noch in diesem Jahr zu starten.

Wir freuen uns über die Beteiligung aller Kolleginnen und Kollegen sowie Studierenden. Der Prozess ist so organisiert, dass eine Teilnahme für keinen eine große Belastung ist. Je nach Zeit und Interesse, können Sie sich entweder mit minimalem Aufwand im Rahmen einer kurzen Online-Umfrage einbringen, oder aber freiwillig auch intensiver teilhaben -beispielsweise indem Sie sich für Fokusgruppen melden oder in der Arbeitsgruppe Marke mitarbeiten.

Lassen Sie sich auf dieses wichtige übergreifende Projekt ein! Informieren Sie sich, nehmen Sie an der Befragung teil und/oder melden Sie sich bei [kommunikation@hs-gm.de](mailto:kommunikation@hs-gm.de) als Freiwilliger für die Diskussionsrunden. Alle Informations- und Partizipationsmöglichkeiten finden Sie auf der [Webseite zum ID-Projekts](#) im Detail erklärt.

Die Selbstbestimmung unserer Identität und Marke ist ein wichtiger Meilenstein, der auf dem Erreichten der Vergangenheit aufbaut, und eine von mehreren wichtigen Elementen als Basis für die weitere Hochschulentwicklung.

Für Ihre Unterstützung bedanken meine Präsidiumskolleginnen und ich uns ganz herzlich!

Ihr,

Prof. Dr. Hans Reiner Schultz  
Hochschulpräsident

## Was wir im Detail erreichen wollen – Neuer Leitspruch, überarbeiteter Look, praktische Vorlagen

Die Zielsetzungen im Detail sind:

- ein klares Verständnis unserer Identität und Werte, inkl. eines neuen kürzeren Leitspruchs/Claims). Zusätzlich darauf abgestimmte, spezifische Botschaften für einzelne Branchen
- ein verbessertes Verständnis der Zusammensetzung und spezifischen Erwartungen unserer externen Zielgruppen
- ein modernisierter Markenauftritt für die Hochschule, inkl. eines überarbeiteten Corporate Designs und verbesserte, nach und nach erstellte Vorlagen für alle möglichen Anwendungsfälle (von Plakaten, Flyern, über Schilder, T-Shirts, Merchandising bis hin zu Website, Social Media und Video-Designs).

## Der Zeitplan

### Wie und wann Sie teilnehmen können

Unsere Identität bestimmen wir alle! Daher sind alle Mitglieder der Hochschule aufgerufen, sich zu beteiligen.

😊 Um dies partizipativ und doch schnell, pragmatisch sowie mit geringem Aufwand für Sie/uns zu ermöglichen, wird es folgende Projektschritte und Partizipationsmöglichkeiten geben:

- Mitte Juni: Interne Online-Umfrage  
Die Umfrage ist an alle Mitarbeitenden und Studierenden verteilt und läuft etwa 4 Wochen. Auf die selbstverständlich anonyme, kurze Umfrage wurde und wird in den kommenden Tagen per Email, Dashboard, Plakate, Flyer, und in Meetings und Seminare hingewiesen. Jetzt noch teilnehmen: [Hier geht's zur Umfrage](#)
- 23.-25. Juni: Interne Fokusgruppen // ab Juli: AG Marke  
Freiwillige vor! Es gibt die folgenden zwei Möglichkeiten der intensiveren Partizipation. Bei Interesse bitte einfach bei kommunikation@hs-gm.de melden.
  - a) Aus allen Freiwilligen werden wir je nach inhaltlichem Bezug und Verfügbarkeit eine Auswahl von rund 20 Personen einladen, in Kleingruppen von je 6-8 Personen in 4-stündigen, internen Fokusgruppen zur vertiefenden Erörterung unseres Selbstbilds teilzunehmen. Die Durchführung der insgesamt 3 internen Fokusgruppen wird am 23.-25. Juni jeweils vor- oder nachmittags stattfinden.



b) Ab Juli wird es außerdem eine erweiterte Arbeitsgemeinschaft „AG Marke“ gegründet, die sich alle 1-3 Monate für 2 Stunden trifft, zusätzliche Detailfragen rund um das ID-Projekt diskutiert und Ideen für die spätere Einführung des dann modernisierten Markenauftritts sammelt. Hierbei kann sich jeder mit seinen Interessen und zeitlicher Möglichkeit frei einbringen.

## Was dann weiter geschieht

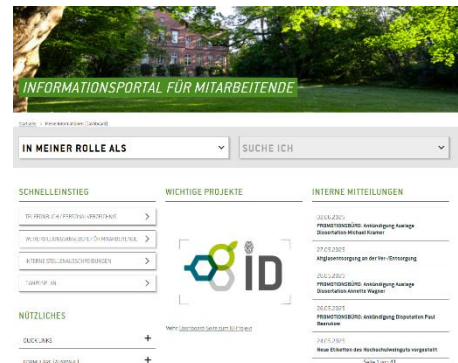
Im Anschluss an die Selbstbildanalyse erfolgt der Abgleich mit dem Fremdbild.

- **Ab Juli: Externe Online-Umfrage und externe Telefoninterviews**  
Von Mitte Juli bis Mitte August wird das Fremdbild, also die Erwartungen unserer Außenwelt, abgefragt. Dies geschieht ähnlich wie beim Selbstbild ebenfalls zweistufig. Zunächst mithilfe einer kurzen Onlineumfrage, und anschließend mit Telefoninterviews von ausgewählten externen Meinungsführern und Meinungsführerinnen. In beiden Fällen werden die Studiengangsleitungen und Institute und alle diejenigen, die mit externen Zielgruppen in Kontakt sind, zu gegebener Zeit noch gebeten werden, den Aufruf zur Umfrage bzw. Einladungen zu Telefoninterviews an Ihre jeweiligen Kontakte weiterzuleiten.
- **Aug-Okt: Die weiteren Schritte zur Verdichtung und Diskussion der Ergebnisse und verschiedener Positionierungsvarianten in den Gremien der Hochschule sind für den Spätsommer geplant.** Einen reibungslosen und schnellen Projektverlauf vorausgesetzt könnten die Ergebnisse und Kernelemente der neuen Identitätsbeschreibung und Positionierung sowie des angepassten Markenauftritts zudem dann im Senat Anfang Oktober vorgestellt werden.

## Mehr Informationen

### Wie Sie/Ihr mehr erfahren könnt

- Wir stellen das Projekt persönlich vor. Und zwar in den folgenden Gremien und Terminen:
  - 3.6.: Ankündigung im Senat
  - 17.6., 12.30h: Projektvorstellung im ZIG, Aufenthaltsraum im EG
  - 17.6., 14.00h: Projektvorstellung Online unter <https://vc-green.hs-gm.de/b/sti-ojs-yst-rme>
  - 17.6.: Kurzvorstellung des Projekts im LuSTAus
  - 23.6.: Kurzvorstellung des Projekts im F&E-Ausschuss
  - 23.6., 14.00h: Projektvorstellung Online unter <https://vc-green.hs-gm.de/b/sti-ojs-yst-rme>
  - 24.6., 14.00h: Projektvorstellung im ZIG, Aufenthaltsraum im EG
  - Nach Bedarf: Kurze Projektvorstellung in bestehenden Teammeetings in Instituten, Betrieben, Abteilungen, weiteren Gremien
- Darüber hinaus wird Webseite [www.hs-geisenheim.de/id-projekt](http://www.hs-geisenheim.de/id-projekt) ständig aktualisiert. Regelmäßige Updates gibt es auch im P3-Newsletter an alle Mitarbeitenden, sowie im AstA-Newsletter und der HGU-App für Studierende.



## Wer das Projekt koordiniert – Vorstellung des Projektteams und Projektpartners

Gesteuert und koordiniert wird das Projekt von einem interdisziplinär zusammengesetzten Team, bestehende aus den folgenden Kolleginnen und Kollegen.

- [Philipp Stieffenhofer](#)
- [Nelly Sämann](#)
- [Tina Träger](#)
- [Dr. Christiane Jost](#)
- [Dr. Kai Thielking](#)
- [David Schäfer](#)
- [Tabea Dietrich](#)
- [Maximilian Unfried](#)



Von externer Seite wird das Projekt zudem von der Agentur Schwarz+Matt aus Dortmund, einer Spezialagentur für Markenidentität, -entwicklung und Design, begleitet. Die Projektmitglieder sind hier:

- [Maximilian Kersten](#)
- [Niklas Beab](#)
- [Jannis Falk](#)
- [Thi Lange](#)

## Fragen und Antworten

Wenn Sie/Ihr Fragen, Ideen oder Anregungen zum Projekt habt, bitte jederzeit melden unter [kommunikation@hs-gm.de](mailto:kommunikation@hs-gm.de)

- **Wird das Logo geändert?**
  - Das Logo wird aller Voraussicht nach nicht geändert?
- **Wie passt das Projekt zum anstehenden Wechsel der Präsidentschaft?**
  - Das Projekt ist ganz allgemein eine gute Sache und inhaltlich nicht direkt mit dem Wechsel der Präsidentschaft verbunden. Nichtsdestotrotz ist eine aktualisierte Markenidentität so oder so eine gute Basis für weitere strategische Überlegungen zur Hochschulentwicklung, und steht nicht im Widerspruch dazu. Sollte ein neue/r Präsident bereits im Juli/August feststehen, könnte diese/r ggf. zusätzlich noch in den Prozess mit eingebunden werden.