

Erasmus+ Staff Training Week in Bergen, 4.-8. Juni 2018

Teilnehmerin: Regine Oyntzen, M2 Kommunikation und Presse

Bereits zum siebten Mal veranstaltete die Universität Bergen (UiB) in Norwegen Anfang Juni eine Erasmus+ Staff-Training Week. Die Stadt Bergen ist nach Oslo die zweitgrößte Stadt in Norwegen, an der Universität sind knapp 17.000 Studierende in sieben Fakultäten eingeschrieben.

Insgesamt hat die Universität für ihre Staff Week rund 180 Bewerbungen bekommen und davon knapp 40 Teilnehmer ausgewählt. Traditionell teilt die UiB den Hauptteil ihrer Staff Week in verschiedene Themenblöcke, an denen dann nur die entsprechenden Personen teilnehmen. In diesem Jahre standen „Services for Outbound Researchers“, „Communication and/or Student Recruitment“ sowie „Digitalisation of Student Administration“ auf dem Programm. Die Teilnehmer kamen sowohl von sehr großen Universitäten als auch von kleinen Einrichtungen, von öffentlich sowie von privat finanzierten Hochschulen.

Die Staff Training Week dauerte fünf Tage. Den Auftakt machte eine allgemeine Vorstellung über die Universität Bergen sowie eines ihrer aktuellen strategischen Felder, Energieforschung. Im Anschluss daran folgten eine kurze Stadtführung sowie ein Get-together mit der eigenen Gruppe sowie mehreren UiB-Mitarbeitern. Das Gruppenprogramm konzentrierte sich auf die Tage Dienstag und Donnerstag. Anstatt ausführlicher Vorstellungen der Heimatuniversitäten durch die Teilnehmer (wie es häufig bei anderen Staff Weeks der Fall ist) sollte jeder lediglich zwei bis drei Minuten sich selbst und seine Arbeit präsentieren. Weitaus ausführlicher waren die folgenden Präsentationen, die Mitarbeiter aus Bergen sowie anderer Universitäten vorbereitet hatten. Nach einer Vorstellung des UiB Lab for Learning und Communication in der Media City Bergen folgten Einzelpräsentationen zu spezifischen Themen wie neuer Ideen zum Studentenmarketings, der schwierigen Kommunikation mit aktuellen und zukünftigen Studierenden, der Entwicklung einer Social-Media-Strategie, dem Redesign einer Uni-Webseite sowie Gedanken zu einem Uni-Slogans. Der zweite Teil mit Gruppenthemen beleuchtete Forscherprofile auf Webseiten, PR und Marketing rund um den „Plastic whale“ der UiB, die Durchführung einer strategischen Markenkampagne, die Verbindung zwischen internem und externem Branding, die Planung einer Markenstrategie für die Studentenwerbung, die Entwicklung eines Uni-Chatbots sowie den Einsatz von 360-Grad-Videos.

Hinsichtlich der sozialen Aktivitäten standen neben einer Stadtführung ein Spaziergang auf den Berg Floien bzw. ein Besuch des Hanse-Museums sowie ein Tagesausflug nach Dale, Modalen sowie den Osterfjord auf dem Programm.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Organisation der Universität Bergen sehr professionell war und die Verknüpfung von fachlichen Inhalten und einem persönlichen Austausch hervorragend funktionierte. Vor allem die themenspezifischen Best-Practice-Präsentationen gaben einen guten Einblick in aktuelle Entwicklung in den Bereichen Kommunikation und Studentenmarketing europäischer Universitäten. Dank der gemischten Gruppen (große/kleine Unis; privat/öffentlich finanziert; große/kleine Länder) entstand ein reger Austausch. Dies wurde durch die gemeinsamen Essen mittags (und zum Teil auch abends) sowie durch die Aktivitäten innerhalb der Gruppen bzw. gruppenübergreifend auf charmante Art und Weise gefördert. Eine Woche also, die sich fachlich und persönlich gelohnt hat – ich kann nur jedem Kollegen empfehlen, an Staff Weeks teilzunehmen, um den Horizont zu erweitern und interessante Anregungen für die eigene Arbeit zu bekommen.