



Initiative Marketing für Bauingenieurwesen

Präsentation der Ergebnisse aus dem Seminar
Unternehmensplanung WS 2006 & WS 2007

Vortragender: DI Christian MAIER

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Inhalt

- **Image der Bauwirtschaft in der Öffentlichkeit (WS 2006)**
- **Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium (WS 2007)**
 - **Grundlagenermittlung – Erhebung, Statistik**
 - **Maßnahmen – Printmedien, Audiovisuelle Medien, Informationsveranstaltungen, Opinion Leader**
 - **Umsetzungsmöglichkeiten**

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007

TU WIEN
Technische Universität Wien

Image der Bauwirtschaft in der Öffentlichkeit

Gruppe: Freund, Wallner, Weinlinger

- Befragung mittels Fragebogen von rund 200 Personen
- Relevante Fragestellungen
 - Welche der folgenden Begriffe verbinden Sie ad hoc mit der Bauwirtschaft? ...
 - Welche der nachfolgend genannten Baufirmen kennen Sie zumindest dem Namen nach? ...
 - Wer wird bei der Präsentation eines neuen Bauvorhabens am ehestens erwähnt? ...
 - Bewerten Sie das Image der folgenden Branchen ...

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007

TU WIEN
Technische Universität Wien

Image der Bauwirtschaft in der Öffentlichkeit

Welche der folgenden Begriffe verbinden Sie ad hoc mit der Bauwirtschaft? (Mehrfachnennungen möglich)

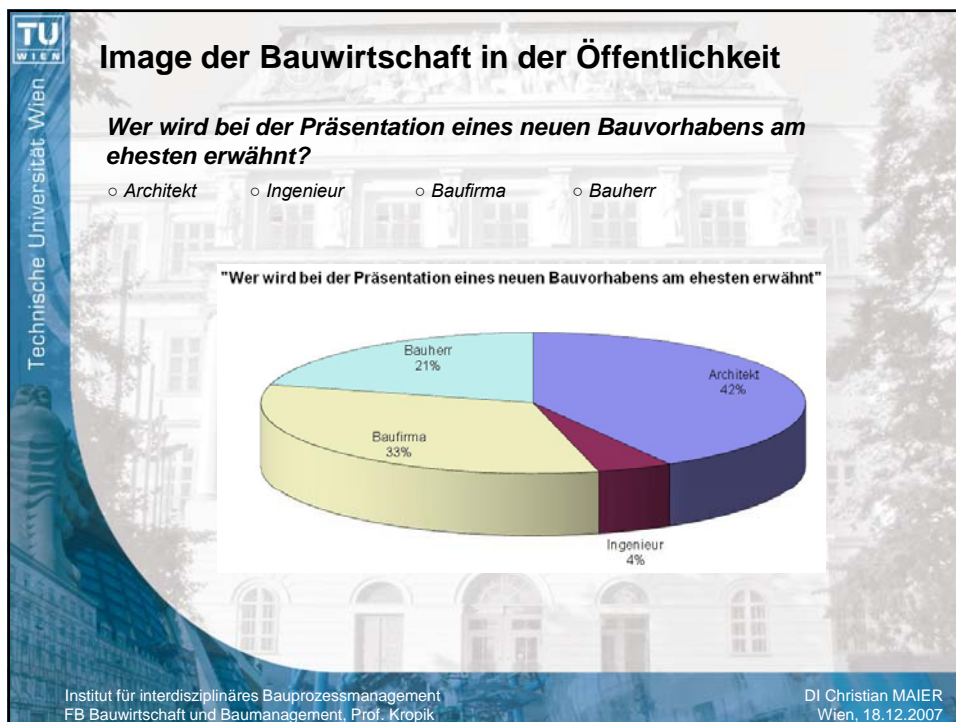
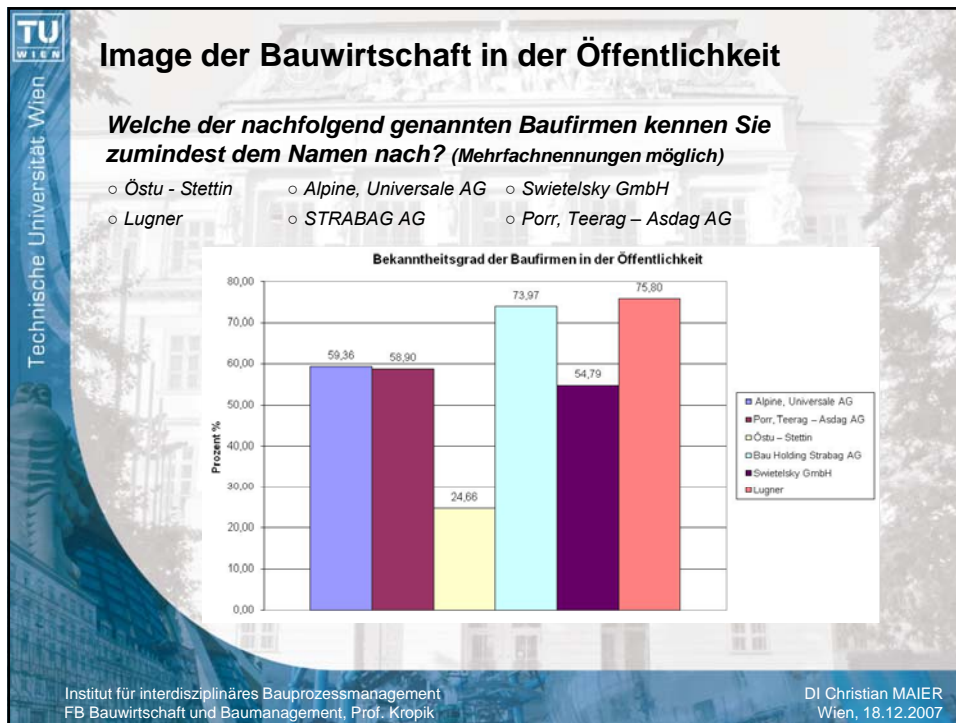
- Wirtschaftsmotor
- Hohe Ingenieurkunst
- Umweltschutz
- Hohe Arbeitslosigkeit
- Preisabsprachen
- Umweltzerstörung
- Schwarzarbeit
- Arbeitsplatzschaffung

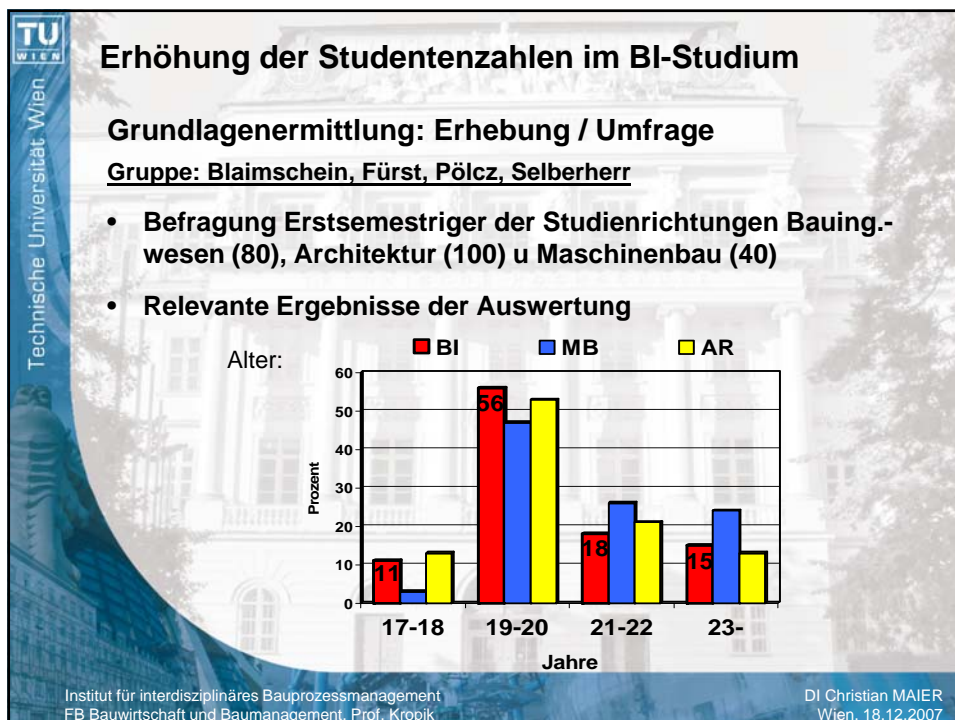
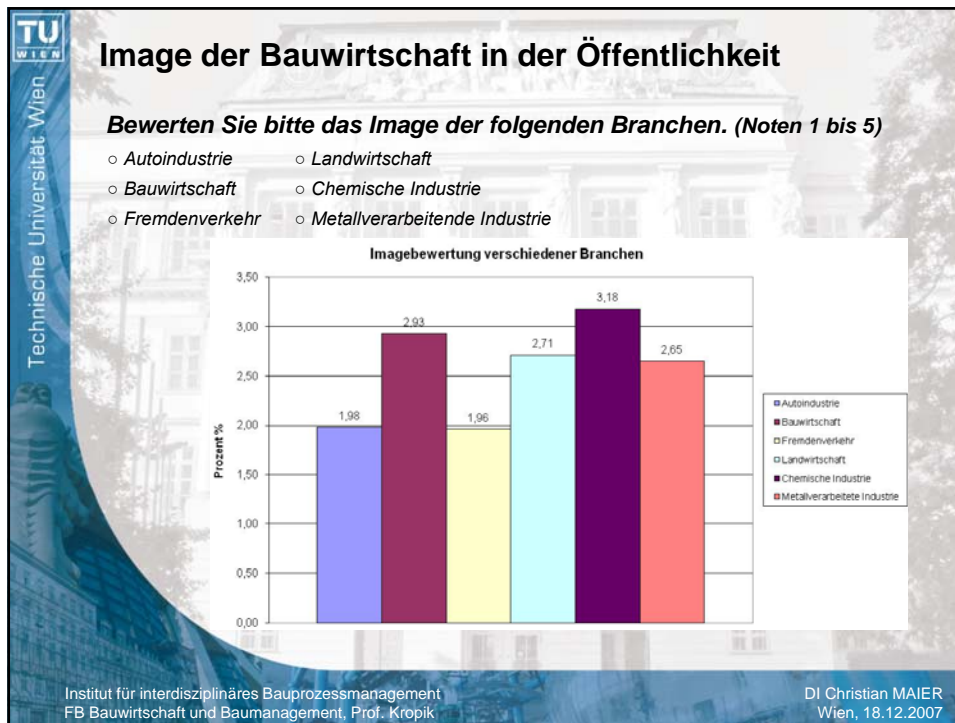
Mit der Bauwirtschaft wurden folgende Begriffe verbunden

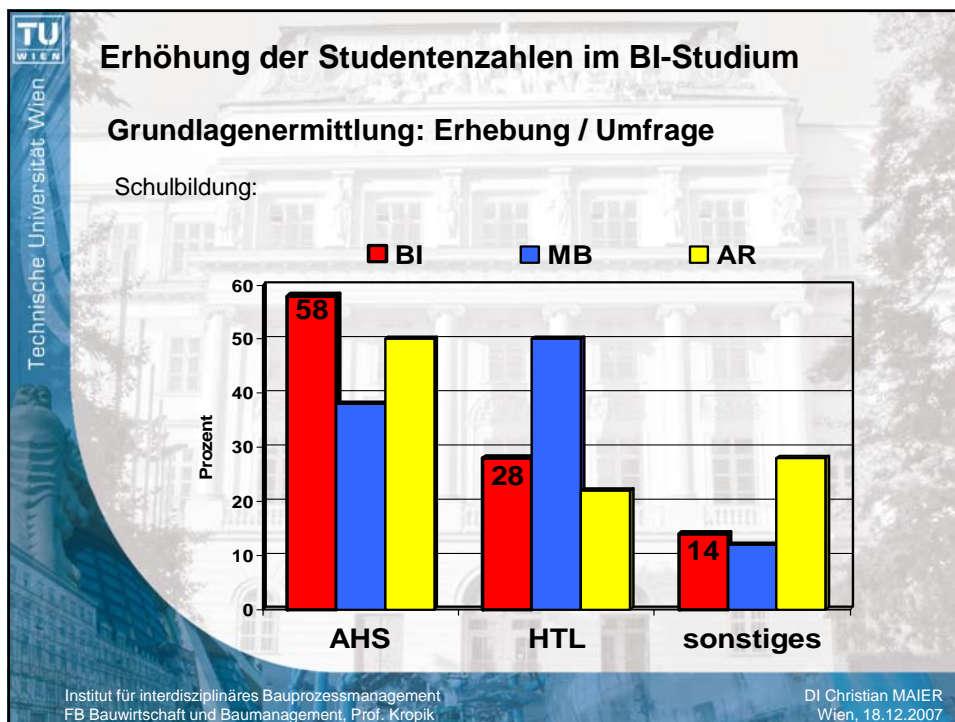
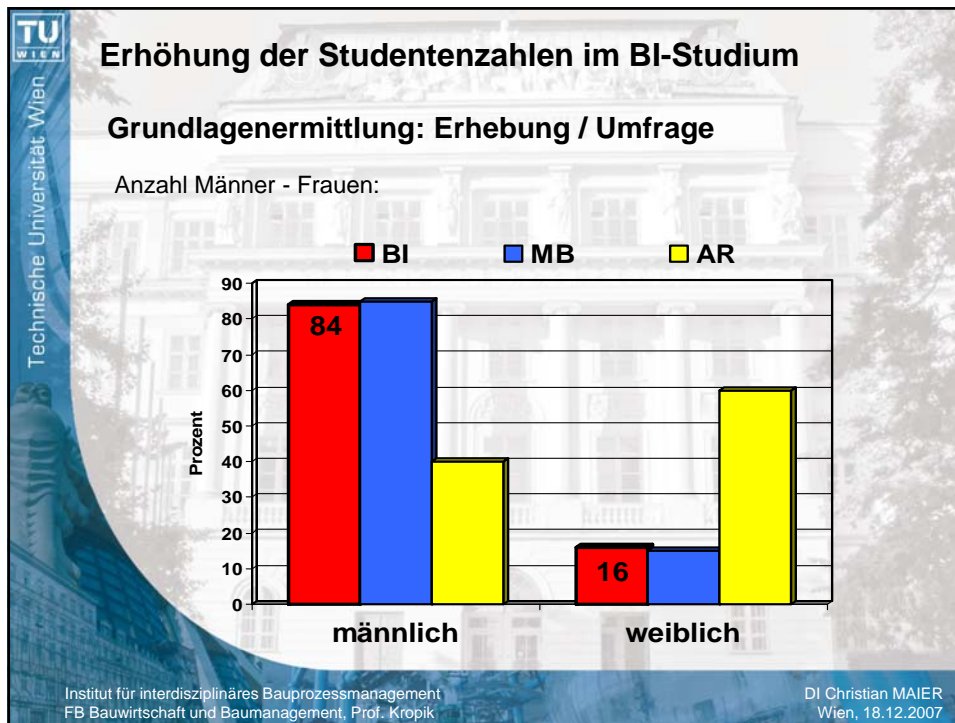
Begriff	Prozent %
Wirtschaftsmotor	52,05
Hohe Ingenieurkunst	67,58
Umweltschutz	18,72
Hohe Arbeitslosigkeit	47,95
Preisabsprachen	40,18
Arbeitsplatzschaffung	28,77
Umweltzerstörung	24,20

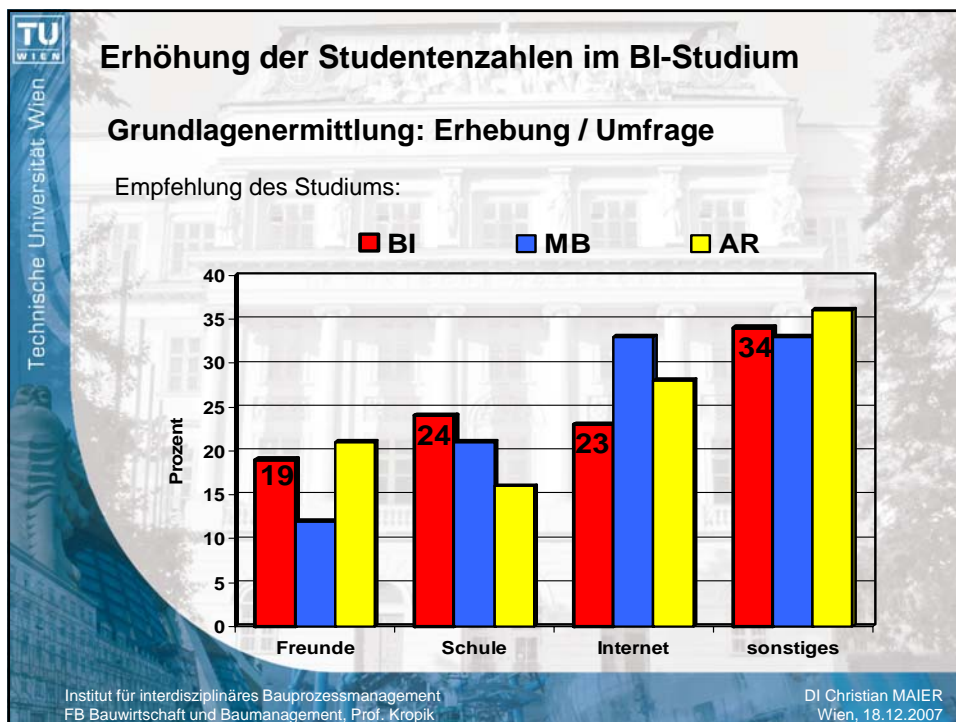
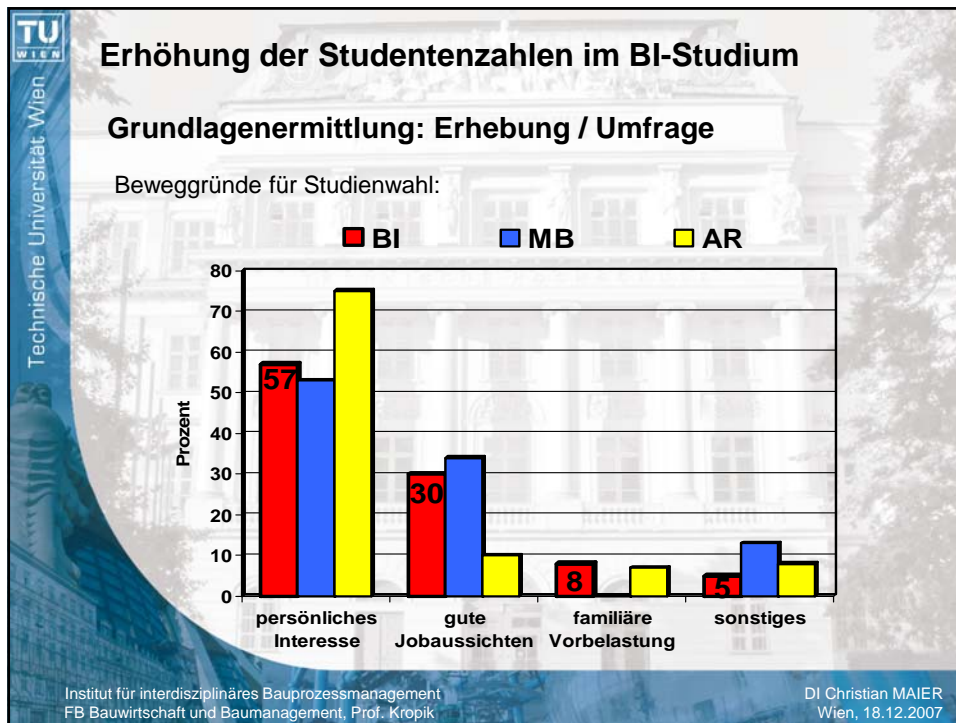
Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

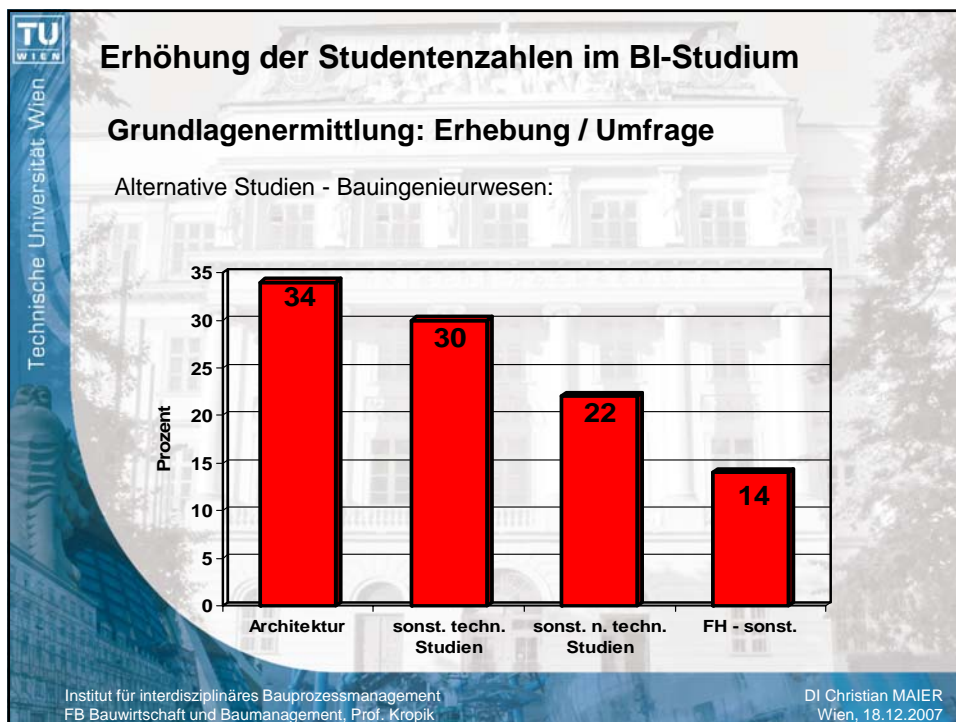
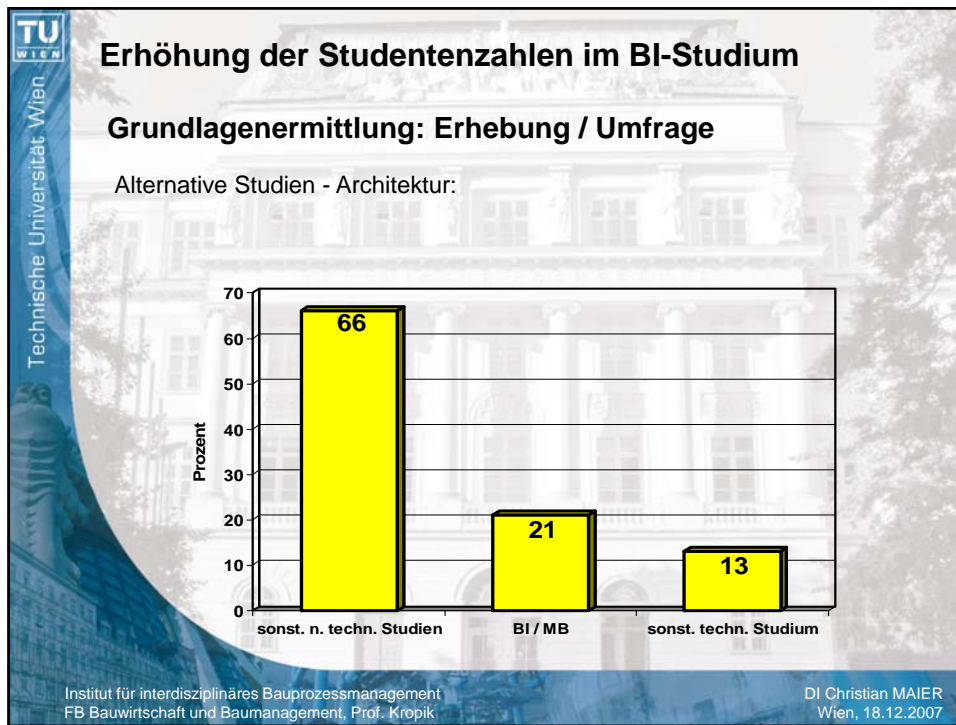
DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007

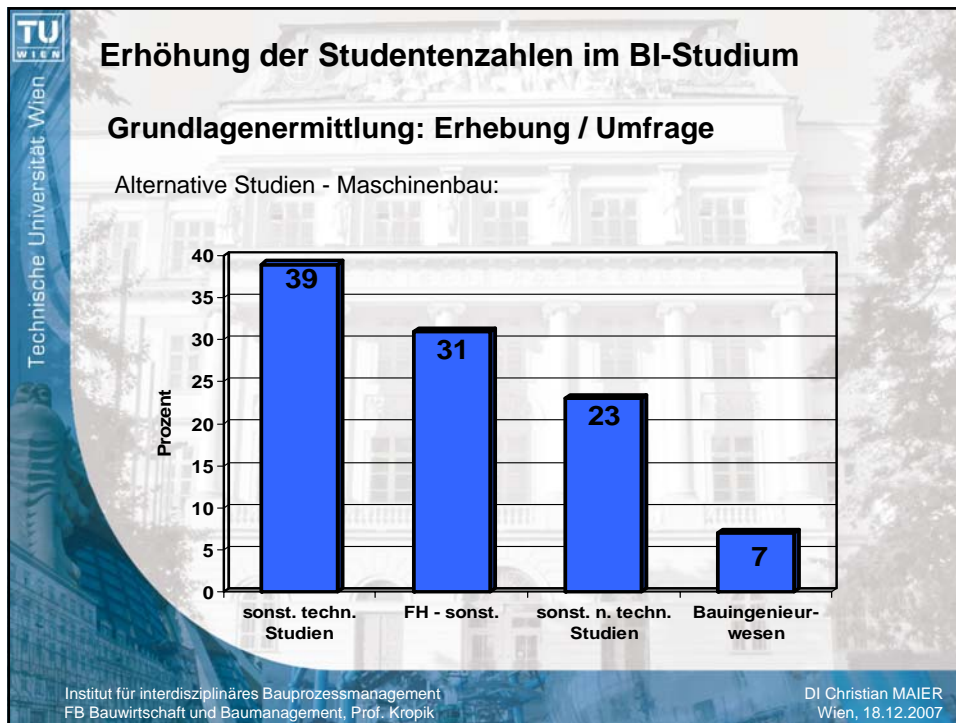












TU WIEN
Technische Universität Wien

Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

Grundlagenermittlung: Statistik

Gruppe: Bogdan, Imamovic, Moucka, Vrablecov

- Absolventenzahlen pro Jahr iM (Zeitraum > 9 Jahre)**


TU Wien	TU Graz	TU Innsbruck	FH Wien	FH Graz	FH Spittal	Gesamt
77	62	59	35	45	40	318

- Verhältnis Studienanfänger zu Absolventen (2000 bis 2006)**

TU Wien	TU Graz	TU Innsbruck	FH Wien
3,2 : 1	1,05 : 1	1,27 : 1	1,26 : 1

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

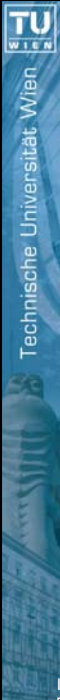
Maßnahmen: Printmedien

Gruppe: Ebner, Gmoser, Weissenböck

- **IST-Stand Printmedien** → Anfrage an Unternehmen, Interessensvertretungen u Berufsförderungsinstitute sowie Recherche im Internet
 - **Unternehmen:** Jahresberichte, Mitarbeiterzeitschriften, Konzern-Zeitungen, Plakate auf Baustellen, Imagebroschüren, Homepage, etc
 - **Berufsförderungsinstitute:** zB Broschüre „Matura was nun?“ → Hinweis auf das Bauingenieurstudium, jedoch keine Information über das Berufsbild oder dergleichen.
 - **Internet:** Schlagwortsuche „Bauingenieurwesen“ → Vielzahl an Ausbildungsstätten als Ergebnis

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007




Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

Maßnahmen: Printmedien

- **Verbesserungspotentiale u Maßnahmen**
 - **Schule:** Inserate in Schülerzeitungen, Plakate, Wand- u Taschenkalender, spezielle Zeitungen in Abhängigkeit der Schulstufe
 - **Berufsförderungsinstitute:** Darstellung des Berufsbildes und der Ausbildungsstätten
 - **Zeitungen:** Beiträge / Berichte in Zeitungen, Wissenschaftsmagazinen (P.M., GEO, uä)
- **Kosten / Nutzen**
 - Aufgrund der raschen Realisierbarkeit und der geringen Streuung → gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

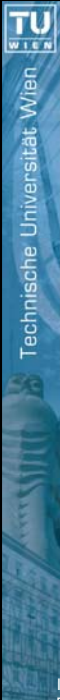
Maßnahmen: Audiovisuelle Medien

Gruppe: Engelmayer, Knust, Walter

- **Computer, Internet**
 - Technische Spiele (Bridge Builder), Strategiespiele (Siedler für Bauingenieurwesen), Fragenspiel
- **Werbefilm**
 - Werbefilm: Dauer 15 bis 90 Sekunden, kurzer „Appetitanreger“ für das Studium, Produktionskosten ab €3.500 bis, Sendekosten ab €200.000 für 42 Schaltungen (lt. Angabe ORF – in Abhängigkeit der Sendezeit)
 - Messefilm u Imagefilm: Länge zw 2 u 15 Minuten, Präsentation der Studieninhalte, Produktionskosten ab €2.000
 - Anmerkungen: Interessante Projekte für Reportagen anbieten, Ausschreibung eines Kurzfilmwettbewerbes an einer Kunst- od Filmhochschule

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium


Maßnahmen: Audiovisuelle Medien

- **Radio**
 - Radio in Österreich ist das meistgenutzte Medium (> 14 Jahre: rund 209 Minuten pro Tag)
 - Größte Nutzungsspitze zwischen 7 u 8 Uhr morgens
 - Beispiel Radiowerbung – Spot mit 20 Sekunden, 3 x Aussendung zwischen 7 u 8 Uhr, 4 Wochen im Oktober

→ Kosten variieren je nach Sender von €11.000 (Kronehit) bis ungefähr €400.000 (Ö3) – hier ist die unterschiedliche Höreranzahl ausschlaggebend

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

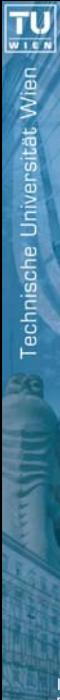
Maßnahmen: Informationsveranstaltungen

Gruppe: Grömer, Harreither, Ring

- **Messen**
 - BEST, IAESTE Firmenmesse, BAUEN u ENERGIE, uä
 - Aktive Werbung und auffälliger Messestand erforderlich
- **Tag der offenen Tür**
 - Universitäten, Fachhochschulen, Mittelschulen, etc
 - Gezielte Werbung bei Zielgruppen
- **Vorträge**
 - Mittelschulen, berufsbildende höhere Schulen, etc

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007



Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

Maßnahmen: Opinion Leader

Gruppe: Esmailkhanloo, Hartmann, Toms

- **Politiker (Branchenbezug)**
- **Unternehmer / Persönlichkeiten aus der Bauindustrie**
- **Direktoren von Bildungsinstituten**
- **Studiendekane**
- **Interessensvertreter**
 - ➔ • **Gezieltes / nachhaltiges Weiterleiten der Informationen an das entsprechende Umfeld durch Personen, die über erforderliche Autorität verfügen**
 - **Positive Beeinflussung des Meinungsbildes**

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007

Erhöhung der Studentenzahlen im BI-Studium

Umsetzungsmöglichkeiten

Gruppe: Moser, Novoszel, Spörr

- Vier mögliche Umsetzer der zuvor angeführten Maßnahmen

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Frohe Festtage und einen guten Rutsch ins neue Jahr!!

Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement
FB Bauwirtschaft und Baumanagement, Prof. Kropik

DI Christian MAIER
Wien, 18.12.2007