

Uhrzeit	Instrumente und Technologien	Strategien und Ansätze	Praxisworkshops
08:00–09:00	Registrierung, Vernetzen & Austausch		
09:00–11:00	Eröffnung, Keynote		
11:00–11:15	Raumwechsel		
11:15–12:30	Trends und Entwicklungen im Social Media Marketing (X, TikTok und LinkedIn)	Employability Marketing im internationalen Hochschulmarketing	Basisworkshop: KI im Internationalen Hochschulmarketing
12:30–14:00	Mittagspause, Vernetzung Lunchtalk mit MarketingexpertInnen des DAAD Lunchtalk „Neu im Marketing“		
14:00–15:00	„Benchmark Internationale Hochschule“ (BintHo) als Instrument im Hochschulmarketing	Hochschulmarketing in Zeiten von Anti-Internationalisierungstendenzen in Deutschland	Praxisworkshop: Einführung in das Social Media Marketing
15:00–16:00	Länder- und Regionalspezifisches Hochschulmarketing: Hochschulmarketing in Europa	Länder- und Regionalspezifisches Hochschulmarketing: Hochschulmarketing in Afrika	Länder- und Regionalspezifisches Hochschulmarketing: Hochschulmarketing in Asien
16:00–16:30	Zeit zur Vernetzung Kaffeerunde mit AS-/IC-Leitungen und MarketingexpertInnen des DAAD Kaffeerunde Erfahrene Hasen: MarketingexpertInnen der HS unter sich		
16:30–17:30	Pause		
17:30–18:30	Walk & Discover: Sommerlicher Spaziergang zur Godesburg mit Stadtrallye Nach einem inspirierenden Konferenztag laden wir Sie zu einem sommerlichen Spaziergang zur historischen Godesburg (ca. 50 Minuten) ein – kombiniert mit einer spannenden Stadtrallye! In ausgelosten Kleingruppen von vier Personen lösen Sie unterwegs knifflige Aufgaben und erkunden die Highlights und Geheimnisse der Stadt. Unter den richtigen Antworten wird ein Gewinnerteam ausgelost.		
18:30–19:00	Transfer zur Godesburg		
19:00–23:00	Abendveranstaltung auf der Godesburg mit Teilnahme der Geschäftsleitung, AS-/IC-Leitungen sowie MarketingexpertInnen		

Uhrzeit	Instrumente und Technologien	Strategien und Ansätze	Praxisworkshops
09:00–10:00	Influencer-Marketing durch reichweitenstarke Meinungsmacher	Erfolgsmessung im internationalen Hochschulmarketing	Hochschulmarketing mit geringem Budget
10:00–10:45	<p style="text-align: center;">Barcamp Internationales Hochschulmarketing</p> <p>Das Barcamp-Format ist als offener Workshop zu einem von den Teilnehmenden selbst ausgesuchten, am Tag der Konferenz bestimmten Thema gedacht, für den keine vorherige Vorbereitung notwendig ist. Der Slot dient dem freien inhaltlichen Austausch zu für die Teilnehmenden relevanten Themen, der idealerweise zu konkreten, für alle anwendbaren Impulsen führt.</p>		
	Raumwechsel		
11:00–12:00	Flexibler Hochschulzugang als Standortvorteil in der Studierendenrekrutierung	Resilienz in der internationalen akademischen Zusammenarbeit stärken: Wissenschaftskooperationen in Zeiten geopolitischer Umbrüche	Wissenschaft weltoffen, HSI-Monitor und Co. – Wie nutze ich relevante Datenquellen im Hochschulmarketing?
12:00–13:30	<p style="text-align: center;">Mittagspause, Vernetzung Lunchtalk mit Marketingexpert:innen</p>		
13:30–14:30	Internationale Studieninteressierte digital erreichen	Internationales Forschungsmarketing zur erfolgreichen Rekrutierung und Beratung internationaler Wissenschaftler:innen für Ihre Institution	Tipps zur Websitegestaltung
14:30–14:45	Raumwechsel		
14:45–15:45	Zielgruppenansprache next level: Ihr erster Schritt zur eigenen VR-Repräsentanz	Chancen und Potentiale von University Alliances für das internationale Hochschulmarketing	Personas als Teil der Marketingstrategie von Hochschulen
15:45–16:45	Abschlussgespräch im Plenum		
16:45	Ende des Kongresses		