



Referenz | Gründungsberatung

Projektbeispiel CampusTV

Campus-TV
Universität Tübingen

CampusTV Uni Tübingen

Erarbeitung einer neuen
Entwicklungsstrategie,
Portfoliooptimierung und Analyse
neuer Finanzierungsquellen.

April 2008

Aufgaben und Herausforderungen

- CampusTV arbeitete seit einem Jahr, gefördert durch Landesmittel, an der Produktion von Kurzfilmen und Sendungen. Da die Initialförderung des Landes auslief, galt es, Möglichkeiten der Finanzierung auszuloten.
- Die bisher erzeugten Beiträge bestanden hauptsächlich aus 30-minütigen Sendungen über jeweils eine Fakultät, die in zeitlich loser Abfolge online gestellt wurden. Ein programmatisches und an den selbstgesetzten Maßstäben guter Berichterstattung ausgerichtetes Konzept bestand nicht.
- Der Bekanntheitsgrad unter Studierenden war relativ gering, die Beiträge nur schwierig zugänglich, ein geschlossenes Marketing-Konzept für das noch junge Angebot gab es nicht.

Projektansatz

- Gemeinsame Analyse des Beratungs- und Entwicklungsbedarfes von CampusTV. Enge Abstimmung der richtigen Fragestellungen zur Entwicklung einer neuen Entwicklungsstrategie.
- Erarbeitung eines Angebotsportfolios und neuer zielgruppen-spezifischer Sendungsformate, die sich verstärkt an den Zielgruppen orientieren.
- Herausarbeitung des Mehrwerts von CampusTV für die Universität Tübingen
- Analyse möglicher Zielgruppen und entsprechender Werbepartner

Ergebnisse

- Angebots-Portfolio und Profil, mit dem CampusTV an neue Sponsoren und Förderer herantreten kann.
- Vorschläge zur besseren Ansprache des Zielpublikums: Verbesserung und Diversifizierung der Vertriebskanäle, systematischere Begleitung beim Findungsprozess für einen neuen Namen und Markenauftritt.
- Vorschläge zur systematischen Gewinnung neuer Finanzierungsquellen.
- Es konnte die Finanzierung einer zentrale Stelle auf weitere zwei Jahre gesichert werden.