A photograph of a group of people sitting around a campfire at night. The fire is bright and central, illuminating the scene. The background is a dark night sky with stars. The foreground shows the silhouettes of people and some trees. The overall mood is warm and intimate.

**„Eine Marke muss nicht in alle Richtungen
sprühen und wie ein Feuerwerk sein.
Sie sollte eher wirken wie ein Lagerfeuer,
um das sich die Menschen aus freien Stücken
versammeln, um dort ihre Geschichten
miteinander zu teilen.“**

Rund 1/5 Beteiligung (Roadshows & Onlinebefragungen) an der HAW Hamburg zeigen die Wichtigkeit des Projekts und die nachfolgenden exemplarischen Kommentare/Zitate untermauern u.a. die Notwendigkeit der Herausbildung einer gemeinsamen Identität.

26.10.2022
(GEMEINSCHAFT)

„Die HAW wird über Teilbereiche und nicht als Ganzes wahrgenommen.“

26.10.2022
(VISION)

„Wir bilden die Elite der Veränderer aus.“

26.10.2022
(VISION)

„Wenn Studieninteressierte an ein Studium denken, denken sie an uns.“

26.10.2022
(TO DO)

„Rückgang Bewerberzahlen entgegenwirken.“

28.10.2022
(TO DO)

„Wir sind zu wenig sichtbar in der Metropolregion.“

28.10.2022
(GEMEINSCHAFT)

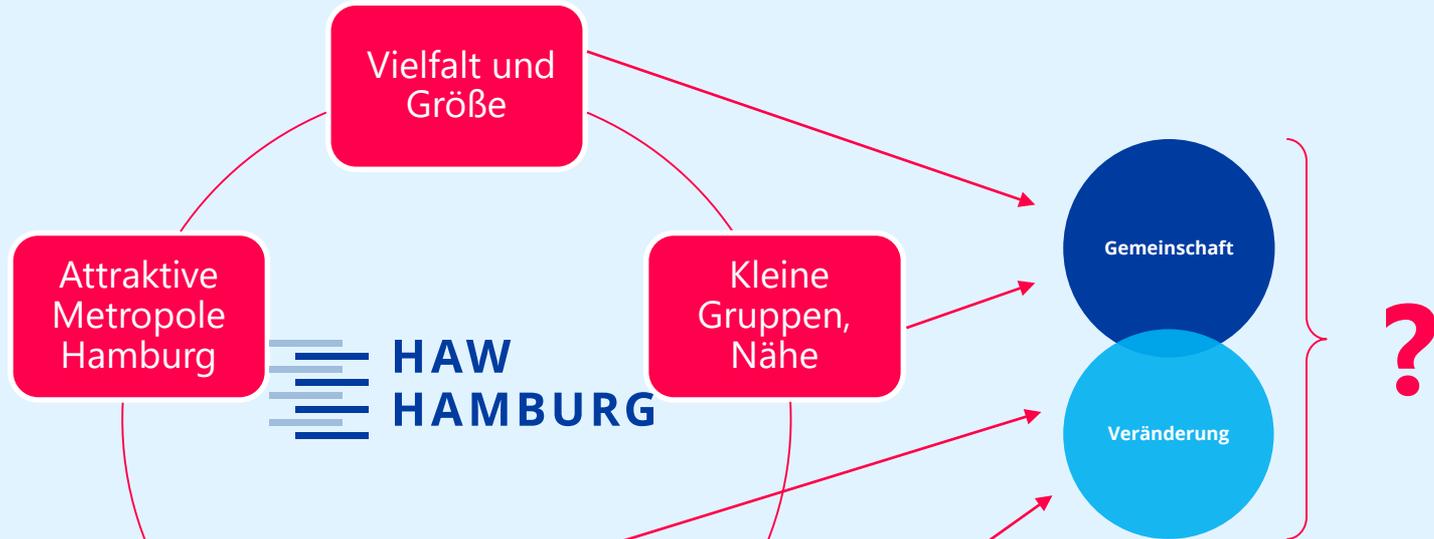
„Vom „Ich“ zum „Wir“

03.11.2022
(DIFFERENZ.)

„Ich wünsch mir mehr Abgrenzung zu den Unis“

04.11.2022
(TO DO)

„Wir brauchen Einigkeit in unserer Vielfalt.“



In den Beteiligungsformaten wurden u.a. auch die Positionierungsdächer „VERÄNDERUNG“ und „GEMEINSCHAFT“ abgefragt. Das Ergebnis: Es braucht eine Zuspitzung. Aber welche?

An der HAW Hamburg finden und verwirklichen Menschen ihre Mission.



Unser Ergebnis, das nicht WORTWÖRTLICH zu nehmen ist. Diese Positionierungsidee traf auf einen breiten Konsens in der Leitungsebene und bei den Dekan*innen. Sie muss nun in eine gute Kommunikation überführt werden.

INTERN



An der HAW
Hamburg
findest und
verwirklichst
du deine
Mission.

EXTERN





Du hast noch keinen Plan, was du machen möchtest? Wir helfen dir, **deine Mission** zu finden. Denn damit beginnt das Abenteuer deines Studiums und Berufslebens! Deine Zeit ist zu kostbar, um dich zu verzetteln. **Mit einer Mission vor Augen ist dein Studium freudvoller, zielgerichteter und effizienter** – und dein Weg in ein erfülltes Berufsleben ist gesichert.

A photograph of three scientists in a laboratory. A woman on the left, a man in the center, and a woman on the right are all wearing white lab coats. They are gathered around a desk, looking at a document held by the man. The woman on the left is holding a blue folder. The background shows laboratory equipment, including a fume hood with a 'rotiprotect-NITRIL evo' box, shelves with glassware, and a yellow vertical beam. A window on the right has a 'Klassenzimmer' sign.

Die HAW Hamburg ist die **Hochschule für Menschen, die etwas erreichen wollen**. Wir legen Wert auf einen starken inneren Antrieb. Im Gegenzug tun wir alles, um unsere Mitarbeitenden darin zu unterstützen, ihre **persönliche Mission** zu erfüllen.



Die HAW Hamburg ist die Hochschule für Menschen mit der **Mission, gesellschaftliche Herausforderungen anzupacken**. Unsere Studierenden erwerben bei uns Fähigkeiten, die in Zukunft dringend benötigt werden. In der Forschung entwickeln wir anwendungsnahe Lösungen in relevanten Themenfeldern wie zum Beispiel Energie, Gesundheit, Mobilität und Logistik, KI- und Data Science, Design, Digitalisierung, Migration und Armut.

Eine Mission ...

- ist ein innerer Auftrag und Antrieb,
- der Motor für die (berufliche) Entwicklung,
- verbindet Menschen, die ähnliche Ziele haben
→ Positionierungsmerkmal „Gemeinschaft“,
- und zielt auf eine Verbesserung des Status quo
→ Positionierungsmerkmal „Veränderung“.

Die Positionierung über „Mission“...

- passt zu Ergebnissen der Beteiligung (Roadshows),
- zum Markenkern und den Markenbausteinen,
- und zur Heterogenität der Hochschule.

Der Begriff „Mission“ passt zu vielen Erkenntnissen der Markenreise:

- Eine Mission zu finden ist für Studierende ein zentraler Teil ihrer **persönlichen Weiterentwicklung**.
- Die HAW Hamburg ist gut im **Coaching** von Menschen, die eine Mission suchen oder verfolgen.
- Eine Mission will ein Ziel erreichen: **Praxisausrichtung, lösungsorientierte Grundhaltung, Veränderung, gesellschaftliche Relevanz („Rettung der Welt“)**.
- Missionen brauchen ein starkes Team: **kleine Gruppen, Gemeinschaft, gute Betreuung**.
- Es gibt nicht nur eine Mission, sondern individuelle: **Diversität, Offenheit**.
- Jede*r definiert seine eigene Mission. **Dies gibt den Fakultäten und Departments inhaltliche Freiheit und passt auch zur Freiheit der Wissenschaft**.
- Die Positionierung passt zu den Strategiewegen von **One-World-Engineering an der Fakultät TI**



„Wir helfen dir dabei deine Mission zu finden (Veränderung), damit du sie mit uns verwirklichen kannst (Gemeinschaft) für deinen erfüllten Berufseinstieg aus den Bereichen Ökologie, Soziales, Wirtschaft sowie Politik/Kultur. Damit trägst du zu einer nachhaltigen Transformation bei.“

WALL OF FAME



→ Aufbauend auf Phase 1 (Markenbildung) wird im Sommer 2023 die zweite Phase (Kommunikationskonzept) umgesetzt.

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!
