

Vorwort	5
Dank	7
1 Zielsetzung und konzeptioneller Rahmen	9
1.1 Einleitung	9
Entscheidungsprozesse	9
Beweggründe	10
1.2 Ziele und Aufbau der Studie	11
1.3 Methodik.....	12
1.4 Auswahl der untersuchten Hochschulen	15
1.5 Grenzen der Studie	17
2 Leitlinien für die Gestaltung von Websites für das internationale Hochschulmarketing	19
2.1 Bedeutung und Ziele der Website für das internationale Hochschulmarketing	19
2.2 Kriterien zur Gestaltung und Evaluation internationaler Websites	21
3 Evaluation ausgewählter Hochschulen: Ergebnisse und Handlungsempfehlungen im Überblick	23
3.1 Übersicht.....	23
3.2 Die internationalen Websites deutscher Hochschulen: Entwicklungsstand, Gestaltungsempfehlungen und Herausforderungen	26
3.2.1 Überblick	26
3.2.2 Design	26
3.2.3 Inhalt	27
3.2.4 Navigation	29
3.2.5 Technik und Zugang	31
3.2.6 Relationship Marketing	32
4 Evaluation und Gestaltungsbeispiele der Hochschulwebsites im Einzelnen	35
4.1 Deutsche Hochschulen	35
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	35
Universität Bayreuth.....	38
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin	41
Freie Universität Berlin	44
Humboldt-Universität zu Berlin	48
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg	52
Technische Universität Clausthal	55
Brandenburgische Technische Universität Cottbus	59
International School of Management, Dortmund	63
Universität Duisburg-Essen.....	66

Fachhochschule Frankfurt am Main	70
Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt am Main	74
Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder).....	78
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau	82
Justus-Liebig-Universität Giessen	85
Georg-August-Universität Göttingen	89
Universität Hamburg	93
Technische Universität Hamburg-Harburg	96
Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover	99
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg	102
Technische Universität Kaiserslautern	105
Karlsruhe Institut für Technologie (früher Universität Karlsruhe)	108
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	111
Fachhochschule Koblenz – RheinAhrCampus Remagen	114
Universität zu Köln	117
Universität Konstanz	120
Universität Leipzig	123
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.....	126
Johannes Gutenberg-Universität Mainz	129
Philipps-Universität Marburg	133
Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences	136
Ludwig-Maximilians-Universität München	140
Technische Universität München	143
European Business School, International University Schloss Reichartshausen Oestrich-Winkel	146
Universität des Saarlandes	149
Universität Stuttgart.....	152
Bauhaus-Universität Weimar	155
Fachhochschule Worms	158
4.2 Ausländische Benchmarks	161
Carnegie Mellon University.....	161
Cornell University	164
Coventry University	167
University of East Anglia (Norwich)	170
5 Fazit.....	173
5.1 Was als Erstes geändert werden sollte...	173
... in Bezug auf den Inhalt	173
... in Bezug auf das Relationship Marketing	175
... in Bezug auf die Planung und Umsetzung des Webitemarketings	177
Nutzerorientierte Websiteanalysen	178
Landing Pages	179
Bildauswahl	180
Autoren.....	183
Ausgewählte Literatur	185