Datum: 8. April 2015

Fragebogen zur Markenpositionierung

Im Rahmen einer umfangreichen Markenanalyse durch die Markenagentur Brandpulse wurden die Stärken der EURAC mittels persönlichen Interviews mit 17 EURAC-Vertretern erarbeitet. Dabei wurden vier positionierungsrelevante Themen erkannt, welche in einem nächsten Schritt in Form von Positionierungs-Workshops mit einem EURAC-Kernteam diskutiert werden.

Mit dem Ziel, die Diskussion EURAC-Intern breit abzustützen, bitten wir Sie um die Beurteilung der vier positionierungsrelevanten Themen im Sinne einer Priorisierung (siehe unten).

Dürfen wir Sie bitten, den ausgefüllten Fragebogen bis am Freitag, 10. April 2015 an press@eurac.edu zu retournieren.

1. MARKENFUNKTION

Welche Unternehmensbeschreibung trifft auf EURAC zu? Bitte priorisieren Sie die folgenden Begriffe mittels Ordnungszahlen.

Forschungsinstitut
Kompetenzzentrum
Berater
Ideenschmiede
Denkfabrik
Think Tank
Inkubator
Wegbereiter
Problemlöser

2. WERTE / UNTERNEHMENSKULTUR

Mit welchen Werten würden Sie EURAC beschreiben? Bitte wählen Sie die fünf wichtigsten Werte aus und priorisieren Sie diese nach ihrer Wichtigkeit.

Attraktive Arbeitsplätze	Nachhaltigkeit
Bewusste Vertrauenskultur	Neugierigkeit
Chancen	Offenheit
Dynamik	Rebellion
Engagement	Ressourcen
Familienfreundlichkeit	Transparenz
Flexibilität	Unabhängigkeit
Freiheit	Verbindend
Innovation	Vertrauenswürdigkeit
Intellekt	Vielseitigkeit
Kollegiales Verhältnis	Wenig Bürokratie
Kreativität	Wenig Kontrollen
Multikulturelle Vielfalt	Zuverlässigkeit

3. DIFFERENZIERUNGSPOTENZIAL:

Welche Eigenschaften differenzieren EURAC von den Mitbewerbern (Forschungsinstitute/ Universitäten)? Bitte wählen Sie die fünf wichtigsten Werte aus und priorisieren Sie diese nach ihrer Wichtigkeit.

Beweglicher	Multikulturell
Engagierter	Nachhaltiger
Forschungsfokus (kein Bildungsauftrag)	Praxisorientierter
Gesellschaftsrelevanter	«rebellischer»
Interdisziplinär	Schneller
Kleiner	Teamorientierter
Kreativer	Unabhängig
Lösungsorientierter	Weniger bürokratisch
Beweglicher	Zukunftsorientierter

4. MARKENVERSPRECHEN

Welche Aussage trifft auf EURAC am besten zu und hat das grösste Potenzial? Bitte priorisieren Sie die folgenden Aussagen mittels Ordnungszahlen.

EURAC steht für..

- Forschung, die Südtirol mit der Welt vernetzt
- Forschung zu Themen rund um den Berg
- Forschung mit großem Innovations-Anspruch
- Forschung im Sinne der Nachhaltigkeit (für die nächste Generation)
- Forschung für die Entwicklung der Region