



Setzen für das Recruiting von Nachwuchskräften unter anderem auf ein Gewinnspiel: Jasmin Rohde, Sophia Wenig, Jesse Fano, Charlotte Nölle und Laura Blume (v.l.).

Transfer | 19. Januar 2023 - 10:00

Studierende entwickeln Kommunikationskonzepte für norddeutsche Unternehmen

von Nele Becker

Was sind die Bedürfnisse von relevanten Zielgruppen und mit welchen Kommunikationsmaßnahmen können Unternehmen diese am besten erreichen?

Um diese Fragen drehte sich das von Prof. Dr. Petra Dickel gelehrte Modul Marktkommunikation im Studiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation. In den vergangenen Monaten erarbeiteten die Studierenden in Gruppen Kommunikationskonzepte für das Hamburger Bahntechnik-Unternehmen Vossloh Rail Services GmbH und das Lübecker Start-up Sustomer, das eine App für nachhaltiges Einkaufen anbietet. Kürzlich präsentierten die Studierenden Vertreter*innen der beiden Unternehmen ihre Ergebnisse.

Jasmin Rohde, Jesse Fano, Sophia Wenig, Charlotte Nölle und Laura Blume entwickelten für Vossloh Rail Services ein Social-Media-Kommunikationskonzept für die Ansprache von Nachwuchskräften. „Das Unternehmen hat uns zu Beginn des Semesters mitgeteilt, welche Ziele es erreichen möchte“, erklärte Sophia Wenig die Ausgangslage. Anschließend folgten eine Marktanalyse mittels Internetrecherche und einer Online-Befragung – und viele Diskussionen. „Teil der Aufgabe war auch, prototypische Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln. Da mussten wir uns in der Gruppe einigen, wie wir die Schwerpunkte setzen“, beschrieb Jesse Fano die intensive Gruppenarbeit. „Es war spannend, echte Maßnahmen für echte Unternehmen zu entwickeln“, resümierte Jasmin Rohde und ergänzte: „Und die werden jetzt ja vielleicht sogar umgesetzt.“

Die Chancen dafür stehen gut. Anika Amort, Head of Marketing and Communication der Vossloh Rail Services GmbH, zeigte sich begeistert: „Die junge Generation weiß einfach, wie man etwas verkauft“, lobte sie das Auftreten der Studierenden. Die Präsentationen gefielen ihr so gut, dass sie die Studierenden einlud, sich auf Werkstudierenden- beziehungsweise Teilzeitstellen im Marketing des Unternehmens zu bewerben.

Auch Lisa von Kiedrowski und ihre fünf Kommilitoninnen, die ein Konzept für Sustomer ausarbeiteten, gefiel die praxisnahe Ausrichtung des Moduls. Das Team setzte unter anderem auf Suchmaschinenoptimierung und -werbung, um die Zielgruppe des Start-ups zu erreichen. Zudem präsentierten die Studentinnen die Hörprobe einer eigens konzipierten Audiowerbung, die sie auf Spotify ausspielen möchten.

Diese und viele weitere Ideen überzeugten auch Ruben Hammele, CEO und CFO von Sustomer: „Die Kreativität, die die Studierenden gezeigt haben, ist beeindruckend. Viele Elemente aus den unterschiedlichen Konzepten werden unser bestehendes Kommunikationskonzept bereichern.“