Werbetour mit Bärchenwurst

Beim Econ-Tag am Rudolf-Rempel-Berufskolleg haben 123 Studenten ihre Projektarbeiten vorgestellt

Von Markus Poch
(Text und Fotos)

Brackwede (WB). Der Weg zum Staatlich geprüften Betriebswirt führt manchmal über Geflügelfleisch in zarter Eigenhaut. Davon berichten vier Studenten des Brackweder Rudolf-Rempel-Berufskollegs (RRB): Während ihres Jahrespraktikums beschäftigten sie sich mehr als zwölf Monate lang mit einem Werbetourkonzept für Bärchenwurst. Beim Econ-Tag stellten sie und 36 weitere Teams am Samstag ihre Projektergebnisse vor.

Imageträger Nummer eins der Kinder-Bockwurst aus Versmold ist das Bärchen. Während die vier Studenten (von links) Stefanie Vemmer, Ingo Ziemer, Carolin Schneider und Annika Göwert beim Econ-Tag ihr Projekt erklärten, kam Melina Göwert hinter dem Pelz ins Schwitzen.

Econ steht kurz für Economy (Wirtschaft) und beschreibt den Anlass der jährlichen Veranstaltung: In seinem zweiten Studienjahr muss jeder RRB-Schüler in Einzel- oder Teamarbeit ein reales Unternehmenskonzept auf die Beine stellen, und zwar parallel zu Unterricht und Berufstätigkeit. Mindestens 320 Einsatzstunden pro Person sind dabei Pflicht.

In dieser Zeit forschen, recherchieren, planen und entwickeln die Studenten im Auftrag heimischer Betriebe, die von diesen Erhebungen in großem Maße profitieren können. Auftragsgebende Firmen waren in diesem Jahr zum Beispiel Montagetechnik Böllhoff, das Bestattungsinstitut Vormbrock, der DSC Arminia Bielefeld, der Handelshof Kanne, das Klinikum Bielefeld, die Spedition Kühne + Nagel oder eben die Versmolder Fleischerei Reinert.

In deren Auftrag sollten die vier RRB-Schüler Stefanie Vemmer (25/Halle), Annika Göwert (23/Gütersloh) sowie die beiden Bielefelder Ingo Ziemer (30) und Carolin Schneider (29) eine Sommer-Werbetour konzipieren, um ein Bockwürstchen für Kinder bekannter zu machen. Die so genannten »Bärchen-Schlawiener« werden ohne Pelle, besonders mild und angeblich auch ohne Farbstoffe, Aromen oder Geschmacksverstärker hergestellt. Dafür sind sie mit einer Bärchenfigur bedruckt und sollen vor allem Kindern zwischen drei und zehn Jahren schmecken.

»Es war ein guter Probelauf für zukünftige Aktionen.«
Carolin Schneider, Studentin

»Wir haben also zuerst Urlaubsziele ermittelt, an denen besonders viele kinderreiche Familien zu finden sind. Dabei half das Statistische Bundesamt«, erklärt Studentin Stefanie Vemmer. Sie ist hauptberuflich Produktmanagerin bei Reinert und stellte den Kontakt zum Kolleg her. Die angesprochene Erhebung richtete die Blicke der Projektgruppe sowohl auf die bekannten Badeorte an Nord- und Ostsee als auch nach Bayern. »Dann ging es darum«, erzählt Stefanie Vemmer weiter, »mit den ausgewählten Städten über die geplanten Kooperationen zu sprechen, Termine für eine Sommerpromotion festzulegen und geeignete Werbemittel auszuwählen. Am Ende mussten wir entscheiden, wie viele Würstchen wo gebraucht werden.«

Die Werbeveranstaltung, die zwischen dem 8. Juli und dem 28. August in den genannten Regionen auf Tour war, wurde von Werbeprofis der Versmolder Fleischerei betreut. Stefanie Vemmer und ihre Mitstreiter sollten selbst keine Würstchen verteilen, sondern ausschließlich das Konzept auf den Weg bringen und später die Auswertung vornehmen. Dieser Teil ihrer Arbeit läuft noch. »Das Projekt hat aber schon jetzt sehr viel gebracht«, urteilt Carolin Schneider. »Es war ein guter Probelauf für zukünftige Aktionen dieser Art – keine theoretische Sache, sondern aktives Umsetzen mit Erfolgserlebnis.«

Krankenpfleger Mike Berwanger von der Intensivstation des Klinikums Bielefeld testet den Blutzucker bei Studentin Miriam Rister: »98 Milligramm pro Deziliter – da gibt es keinen Grund zur Sorge.«

Insgesamt 123 RRB-Studenten hatten es in den vergangenen Monaten mit ähnlichen Projekten zu tun. Die fünf Forschungsschwerpunkte waren Absatzwirtschaft/Marketing, Personalwirtschaft, Management im Gesundheitswesen, Rechnungswesen/Steuern sowie Spedition/Logistik.

Bei der Ergebnispräsentation im Kolleg verwöhnten die meisten Projektgruppen ihr interessiertes Publikum mit Getränken und kleinen Leckereien. Kostenlose Blutdruck- und Blutzuckermessungen gab es zudem im Raum des »Klinikums Bielefeld«. In dessen Auftrag hatten die Studentinnen Yvonne Hönemann, Kristin Weber und Kerstin Diekmann das hauseigene Intranet optimiert.

Gratis-Massagen bot Magdalene Seack an, die zusammen mit Christina Siebert, Maria Maasjost und Janine Pointke eine neue Marketingstrategie für ihr rollendes Kosmetikstudio Beauty Mobil entwickelte.