

# Gemeinsam Zukunft gestalten

## Studierende des Rudolf-Rempel-Berufskollegs präsentieren beim Econ-Tag Projektarbeiten

VON DOREEN KOSCHNICK

*Brackwede.* „Woran denken Sie, wenn Sie an die Textilien-Discount-Kette Kik denken?“ Diese und viele andere offene Fragen stellten Miriam Kleinbaum und Carolin Schlutter, Studierende des Rudolf-Rempel-Berufskollegs (RRB) bei einer Kundenzufriedenheitsanalyse aktuellen und potentiellen Kik-Käufern in Bielefeld, Gütersloh und Osnabrück. Das betriebswirtschaftliche Projekt mit dem Ziel der Imageverbesserung der Ladenkette war eines von 32 Unternehmenskonzepten (mit Partnern aus der heimischen Wirtschaft in Ostwestfalen-Lippe), die jetzt beim Econ-Tag (Economy Concepts/Unternehmenskonzepte) am RRB vorgestellt wurden.



**Lösungsvorschläge zur Imageverbesserung:** Carolin Schlutter (links) und Miriam Kleinbaum analysieren das Firmenimage des Unternehmens Kik und befragen dazu aktuelle und potentielle Kunden. Als lebendes Kik-T-Shirt macht Thorsten Hümer auf den Fluren des RRB für die Gruppe Werbung.

FOTO: DOREEN KOSCHNICK

Die Studierenden der Brackweder Fachschule für Wirtschaft in Ausbildung zum staatlich geprüften Betriebswirt haben dabei nicht nur im Team Arbeitsschritte und Projektziele festgelegt, sondern auch praxisrelevante Marketingkonzepte und Problemlösungen erarbeitet, Cross-Media-Analysen für ein Unternehmen erstellt oder Konzepte zur Steigerung des Bekanntheitsgrades entwickelt. „Sie alle haben nachhaltiges Engagement gezeigt und viel Herzblut in ihre Projekte gesteckt“, erklärte Schulleiterin Christiane Wauschkuhn. Sie wünschte den Studierenden, dass möglichst viele Projektideen realisiert

werden können und dankte den auftraggebenden Unternehmen für die zeitliche und finanzielle Unterstützung der Projekte und die Wertschätzung schulischer Weiterbildung.

Gastredner Martin Knabenreich, Chefredakteur von Radio Bielefeld, gab den Studierenden in einem Grußwort ebenfalls „ein paar Gedanken mit auf den Weg“. Er lobte vor allem die Leidenschaft, das Engagement und die Teamfähigkeit der Studierenden und zeigte sich beeindruckt davon, wie sie Beruf, Ausbildung, Projekte und Privatleben parallel organisieren.

Unter dem Motto „Gemeinsam die Zukunft gestalten“ präsentierten die Kollegiaten verschiedenste Projektarbeiten in den Schwerpunkten Absatzwirtschaft/Marketing, Personalwirtschaft, Spedition/Logistik, Management im Gesundheitswesen und Rechnungswesen/Steuern.

Mit der Ausbildung im Rettungsdienst befassten sich Beata Dylak, Britta Schweingruber, Nicole Ackmann und Sarah Robinson, die selbst von 2006 bis 2009 die Ausbildung zur Rettungsassistentin erfolgreich absolvierte. Für eine Zufriedenheitsanalyse zur Ermittlung von Verbesserungspotentialen in der Ausbildung befragte die Projektgruppe 65 hauptamtliche Mitarbeiter und Auszubildende zur Attraktivität des Berufs, zu Strukturen, Abläufen, zur Organisation und Kommunikation oder zur körperlichen und psychischen Belastung.

Anschließend wurde der Handlungsbedarf ermittelt und ein Maßnahmenkatalog erstellt. Um konkrete Erfahrungen zu sammeln, war die Gruppe selbst für zwölf Stunden im Einsatz. Der Geschäftsführer der Rettungsdienst Bielefeld gGmbH, Heiner Hofmann, zeigte sich vom Engagement der Studierenden beeindruckt. „Wir haben jetzt viel Verbesserungspotential auf dem Tisch“, sagte er, „einiges davon konnten wir bereits umsetzen.“ So ist zum Beispiel die Ausbildung in Form eines Katalogs verschriftlicht worden.

Andere Projekte befassten sich mit der „Optimierung einer Transportroute von Asien nach Europa“, der „Planung eines zweiten Geschäftssitzes“, der „Entwicklung eines Kommunikationskonzepts zur Mitgliedergewinnung“, der „elektronischen Archivierung von Belegen in der Finanzbuchhaltung“ oder dem „Leben und Altern in Augustdorf“.

Zu den Auftraggebern zählten Firmen wie Miele, Karstadt, Dachser, Steinmetz, Delius, Claas, die AOK und andere. Zahlreiche Besucher ließen sich beim Econ-Tag die verschiedenen Projekte erklären und zollten den ausgereiften Ideen und intelligenten Lösungen der Studierenden Respekt.

## **Crossmedia-Analyse**

Im Bereich Marketing bezieht sich der Begriff „Crossmedia“ auf den parallelen und vernetzten Einsatz verschiedener Medien – Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet – in einer Werbekampagne.

Die Kombination aus Print- und Onlinemedien kann eine hohe Werbewirkung erzielen. Bei der Crossmedia-Analyse wird der Einfluss der einzelnen Kanäle untersucht. Aus den Ergebnissen eine Crossmedia-Analyse lassen sich konkrete Optimierungsempfehlungen formulieren, so dass die Kampagne noch wirksamer gestaltet werden kann. Eine mögliche Fragestellung bei der Analyse kann zum Beispiel sein: Durch welche Werbekanäle erreiche ich meine Zielgruppe am schnellsten?