Wutlöwe auf Marketingmission

Econ-Tag im Rudolf-Rempel-Berufskolleg in Brackwede

■ **Brackwede.** Am Samstag lief ein kleiner Löwe durch die Gänge des Rudolf-Rempel-Berufskollegs (RRB) und knurrte den einen oder anderen Besucher der Schule aufgebracht von der Seite an. Der kleine „Wutlöwe" gehörte zum Spiel „Wutfaktor X" des Sternwiese-Verlags, der vor einem Jahr eine Projektgruppe des RRB beauftragte, die Bekanntheit ihres Spiels zu steigern. Das Ergebnis des betriebswirtschaftlichen Projektes präsentierte die Arbeitsgruppe am Samstag beim Econ-Tag (Economy Concepts/Unternehmenskonzepte) und war damit nicht allein. Außerdem fanden sich 30 weitere Unternehmenskonzepte, die am Samstag in den Räumlichkeiten des RRB vorgestellt wurden.

Ein ganzes Schuljahr haben die Studierenden der Brackweder Fachschule für Wirtschaft während ihrer Ausbildung zum staatlich geprüften Betriebswirt an den Projekten für Unternehmen aus der Umgebung gearbeitet.

Vom Suchen einer auftraggebenden Firma über die Bestimmung von nötigen Arbeitsschritten, der Festlegung eines Projektziels bis zur Durchführung des Unterfangens haben die Studenten viel Mühe, Arbeit und vor allem auch Zeit investiert.

„Ich finde es einfach beeindruckend, wie die Studierenden dieses Projekt neben ihren zahlreichen anderen Tätigkeiten schaffen", erklärte Dr. Petra Getfert, die das Econ-Konzept betreut. Etwa 320 Stunden arbeite jedes Teammitglied im Schnitt an dem Projekt und das parallel zum Studium und zur beruflichen Tätigkeit.

Doch die Lehrerin ist der Ansicht, dass es sich lohnt. „Die Studierenden machen im Laufe der Erarbeitung ganz neue Erfahrungen zur Problembewältigung im Berufsalltag", erzählte sie. Die Aufgaben der Studierenden seien dabei vielfältig.

Einige der Gruppen haben nach dem einen Jahr der intensiven Arbeit an ihrem Projekt erstaunliche Ergebnisse vorzuweisen gehabt. Drei Prozent Umsatz- und vier Prozent Imagesteigerung beispielsweise hat die Firma Marien Getränke GmbH dank der Projektarbeit der Studierenden des Rudolf-Rempel-Berufskollegs (RRB) Christoph Schwientek, Ann-Theres Hagenhoff, Isabelle Rogge und Christopher Parohl im vergangenen Jahr zu verzeichnen.

Während ihres Projekts ermittelten die Studierenden zunächst den Bekanntheitsgrad der Produkte. Außerdem untersuchten sie den Nutzen des Sponsoring bei Arminia Bielefeld für die Firma, um Potentiale für das Unternehmen abzuleiten. Bald darauf führte die Projektgruppe ein „Fanwasser" ein und ließ 1000 „Fangläser" herstellen, die bei Kauf einer Kiste Wasser an die Kunden verschenkt wurden. Außerdem bereisten die Studenten 136 Märkte in nur vier Wochen, um die Produkte der Firma selbst effektiv an den Kunden zu bringen. Auch die anderen Arbeitsgruppen waren mit viel Elan bei der Sache und präsentierten am Econ-Tag nicht minder stolz ihre Projekte.

»Erfahrungen für den Berufsalltag«

Das „Wutfaktor X"-Projektteam: *Janina Brinkmann, Britta Südhaus, Derya Ari und Anna Akgül (v.l.) nehmen den „Wutlöwen" und seinen kleinen Freund Ilyas Akgül in die Mitte.* FOTO: JANINE GÜTLINGER