

Nicht nur für die Schublade

Studenten an der Universität Eichstätt entwickeln Marketingkonzepte für Caritas und Solwodi

Was die Studenten des Masterstudiengangs „Werbung Interkulturell“ Semester für Semester planen, ausarbeiten und präsentieren, hat Hand und Fuß. Und was noch wichtiger für die angehenden Akademiker ist: es findet Anwendung in der Praxis. Das Caritas-Kinderdorf Marienstein, die Frauenrechtsorganisation Solwodi, der Hospizverein Ingolstadt und auch die Montessori-Schule Eichstätt profitierten bereits von den Ergebnissen des Seminars „Werbung und Interkulturalität in Theorie und Praxis“.

Stefanie Potsch-Ringeisen leitet dieses Seminar, das seit dem Wintersemester 2009/2010 regelmäßig an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU) im Rahmen des Studiengangs läuft. Im Oktober vergangenen Jahres startete der dritte Kurs mit 14 Studenten. Nur kurz waren die Einführungen in die theoretischen Grundlagen zu Werbung und Marketing. Schnell ging es an die praktische Arbeit, wurden Referate verteilt und Kleingruppen gebildet, die ein konkretes Projekt in Angriff nehmen sollten. Felicia Arendt, Silke Meyer und Kristin Lenz bekamen die Aufgabe, für Solwodi ein Kommunikationskonzept zu entwerfen. „Wir möchten bewusst Non Profit-Organisationen unterstützen“, erklärt Dozentin Potsch-Ringeisen. Die Organisationen müssen dazu ihren Bedarf bekannt geben und der Uni einen schriftlichen Auftrag erteilen. Darin wird grob umschrieben, wo die Organisation Unterstützung erwartet und welche Ziele das Konzept beinhalten soll.

GENAUE ANALYSE

Arendt, Lenz und Meyer machten sich mit einem umfangreichen Fragenkatalog auf den Weg nach München. In den Büros von Solwodi trafen sie Schwester Irmutrud Schreiner. In dem Gespräch mit der Leiterin der Solwodi-Beratungsstelle ging es um eine Analyse des Status quo, also wo steht Solwodi jetzt, und vor allen Dingen um die Frage: wen soll das neue Konzept erreichen, welche Zielgruppen sollen angesprochen werden und was ist das Besondere von Solwodi?

Mit vielen Antworten aber auch mit vielen neuen Fragen machten sich die Studenten an die Arbeit.



Foto: Franzetti

Unterstützen Non Profit-Organisationen: (v. l.) Stefanie Potsch-Ringeisen, Silke Meyer, Felicia Arendt und Kristin Lenz entwickelten an der Katholischen Universität in Eichstätt ein umfangreiches Kommunikationskonzept für die Frauenrechtsorganisation Solwodi.

Sie analysierten die Internetseite, schauten nach, wie die Organisation momentan wirbt und vor allen Dingen, wo Stärken und Schwächen liegen.

In der Uni-Bibliothek und auch daheim in der Wohngemeinschaft entstand nach und nach ein Konzept, tippeten die Studentinnen ihre Ergebnisse in den Rechner, werteten sie die Antworten aus den Gesprächen aus und suchten sie eine passende Strategie, mit der Solwodi künftig um Mitglieder und Spender werben kann.

NACHHALTIGE BETREUUNG

„Solwodi leistet sehr wichtige Arbeit“, stellte Felicia Arendt gleich nach dem ersten Treffen in München fest. Die Studentin zeigte sich angetan von dem Engagement der Solwodi-Mitarbeiter und den umfassenden Betreuungsangeboten für Frauen. Als Stärke stellte sie zudem die „hohe Nachhaltigkeit der Betreuung“ heraus. Solwodi ver helfe Frauen zu einem selbstständigen Leben, lautete eine weitere Analyse. Alle Ergebnisse, alle ausformulierten Ziele und Strategien präsentierten die Studentinnen zum Ende des Wintersemesters ihren Kurskollegen und Schwester Irmutrud Schreiner. Und die wiederum besprach die Ergebnisse mit Schwester Lea Ackermann, der Solwodi-Gründerin. Bei Solwodi stieß die Arbeit der KU-Studentinnen auf offene Ohren. „Wir werden Teile des Konzepts umsetzen“, erklärt Schreiner gegenüber der

Kirchenzeitung. Zudem begrüßt sie das Engagement der KU-Studenten. „Ich finde es gut, dass sie ihre Talente und ihre Forschung den Hilfsorganisationen zur Verfügung stellen.“

In ihrem 30-seitigen Abschlussbericht haben die Studierenden festgehalten, wer bisher für Solwodi spendet, und wo noch Potential liegt. „Wenn große Unternehmen Geld geben, ist das gut für deren Image“, heißt es in dem Papier. Wichtig sei es in Zukunft jedoch, auch „mittelständische Unternehmen für Solwodi zu gewinnen“, geben die Studentinnen eine Empfehlung. Zur Imageverbesserung und zur Werbung schlugen sie außerdem verschiedene Aktionen vor. So ließe sich mit einem Kinoabend und einem Film über die Arbeitsbedingungen von Frauen in der Textilbranche nicht nur „informieren sondern auch werben“.

Bei der ersten Runde des damals neuen Masterstudiengangs im Wintersemester vor drei Jahren beschäftigten sich Studenten unter anderem mit einem Kunstprojekt der Stadt Eichstätt und mit dem Kinderdorf Marienstein der Caritas. Sie besuchten die Einrichtung, sammelten Daten und Zahlen und entwickelten daraus ein Konzept, wie das Kinderdorf sich besser in der Öffentlichkeit präsentieren kann. „Die haben uns sehr gut untersucht und die Schwachstellen offengelegt“, lobt Bernardin Porstner, Leiter des Kinderdorfs, den Bericht, den er damals erhalten

hat. Einen Vorschlag aus dem Dokument hat er bereits mit seinen Mitarbeitern umgesetzt: das Kanu-Projekt des Kinderdorfs wurde in der Vergangenheit „besser und stärker in den Vordergrund gerückt“, und viele Medien, darunter auch die Kirchenzeitung, berichteten darüber. Eine weitere Anregung der studentischen Arbeitsgruppe soll demnächst umgesetzt werden: die Gründung eines Freundeskreises des Kinderdorfs.

SPRÜCHE AUF STEINEN

Christian Halbauer, Vorsitzender des Hospizvereins Ingolstadt, war ebenfalls „sehr dankbar für die Arbeit der Studenten“ und den „aufschlussreichen Bericht“. Im vergangenen Wintersemester nahm eine Gruppe Masterstudierender den Verein unter die Lupe und „lieferte gute Ideen, die wir gerne umsetzen wollen“, sagt Halbauer. Eine Empfehlung in dem Kommunikationskonzept lautet: kleine Steine mit Sprüchen und der Internetadresse als Werbematerial zu verwenden. Und auch die Plakatentwürfe der Studenten seien sehr gelungen, ergänzt Halbauer. Eine weitere Anregung aus dem Konzept findet er ebenfalls interessant: die Zusammenarbeit mit den Hochschulen soll verstärkt werden. „Da lassen sich Ressourcen bündeln“, glaubt Halbauer. So könne er sich vorstellen, das Studenten des Faches Soziale Arbeit ein Praktikum im Büro des Hospizvereins absolvieren. Und auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit plant Halbauer eine weitere Zusammenarbeit mit der KU.

Arendt, Lenz und Meyer sitzen ab September in Turku im Hörsaal. Das Auslandssemester in Finnland ist fester Bestandteil ihres Masterstudiums: ein Jahr sind Studierende an der KU und ein Jahr in Finnland. In beiden Ländern erhalten die Absolventen einen Abschluss. Die Studenten, die ab Oktober den nächsten Kurs bei Potsch-Ringeisen besuchen, werden sich wieder mit neuen Konzepten für andere Organisationen befassen. Und da „können sich gerne noch Organisationen oder Vereine aus dem sozialen oder kulturellen Bereich melden“, sagt Potsch-Ringeisen.

Andrea Franzetti