

PRESSEMITTEILUNG

Studierende entwickeln pfiffige Ideen für Alles-Echt-Kampagne Aufsehen erregende Aktionen sollen Region Südwestfalen bekannter machen

Meschede / Südwestfalen, 1. Februar 2013. Auffällig bedruckte Bierflaschen? Eine einzelne Tür auf dem Platz vor dem Kölner Dom? Oder ein kleines Büro mitsamt Möbeln und Mitarbeitern mitten auf einer Grünfläche? Mehr als 160 Studierende der Fachhochschule Südwestfalen in Meschede haben in den vergangenen Wochen der Kreativität freien Lauf gelassen. Ihre Aufgabe: Eine ungewöhnliche und Aufsehen erregende Aktion entwickeln, mit der andere Studierende auf die Region Südwestfalen aufmerksam werden.

Das Projekt war ein Gemeinschaftswerk zwischen der Fachhochschule und der Südwestfalen Agentur. „Wir möchten im Zuge der Kampagne ‚Alles echt‘ junge Menschen aus der Region und von außerhalb ansprechen und ihnen zeigen, welche Karriereperspektiven es in Südwestfalen gibt. Durch eine Aktion, die für Aufsehen sorgt, die sich herumspricht und die ungewöhnlich ist. Und niemand weiß besser, was bei Altersgenossen ankommt, als die Studierenden selbst“, erklärt Marie Ting, Regionalmarketing-Managerin der Südwestfalen Agentur.

Unter der Leitung von Prof. Dr. Anne Jacobi entwickelten die Studierenden deshalb ausgefallene Ideen, die in dieser Woche einer Jury vorgestellt wurden: beispielsweise Bierflaschen, die mit frechen Sprüchen auffallen. Eine weitere Idee war eine Holztür, aufgestellt auf dem Kölner Domplatz. Wer hindurch schreitet, löst ein akustisches Signal aus und es folgt eine kurze Theaterszene, die die Vorzüge Südwestfalens auf dem Domplatz präsentiert. Mindestens genauso ungewöhnlich wäre das Büro im Stadtpark von Großstädten – mitsamt Mitarbeitern und Möbeln. Ein weiterer Vorschlag der Studenten. Ganz nach dem Motto: In Südwestfalen arbeiten wir mitten in der Natur.

„Wir haben diese Praxis-Übung hervorragend in unseren Lehrplan einbinden können. Für die Studierende war es eine spannende Aufgabe. Vor allem die Aussicht, dass einige der Vorschläge auch in die Tat umgesetzt werden, war motivierend“, sagt Prof. Dr. Anne Jacobi. Student Julian Schulte fügt hinzu: „Unser Marketingwissen auf Südwestfalen anzuwenden hat Spaß gemacht – und uns ganz neue Blickwinkel beschert.“ Die Ideen wurden von der Jury, in der Vertreter der Fachhochschule, der Südwestfalen Agentur, von Unternehmen sowie Wirtschaftsförderer saßen, begutachtet. Umgesetzt werden sollen jetzt zwei Ideen, die durch Einfallsreichtum und Witz hervorstachen. „Um was für Maßnahmen es sich

handelt, können wir natürlich noch nicht verraten. Das ist ja gerade das Entscheidende bei dieser Art von Marketing-Aktionen: nur wenn sie völlig überraschend daher kommen, etwas mit dem niemand rechnet, werden sie auch für die gewünschte Aufmerksamkeit sorgen“, sagt Marie Ting. Fest steht aber: Noch in diesem Jahr soll es soweit sein, immerhin ist die Ansprache von Studierenden ein wichtiger Baustein der derzeit anlaufenden Alles-Echt-Kampagne in Südwestfalen.

Bildlegenden (Abdruck des Fotos honorarfrei):

ideen.jpg: Studierende der Fachhochschule Südwestfalen in Meschede haben in den vergangenen Wochen ihrer Kreativität freien Lauf gelassen und ausgefallene Marketing-Aktionen für Südwestfalen entwickelt. (Foto: Südwestfalen Agentur)

Hintergrund

Die Südwestfalen Agentur GmbH steuert im Auftrag der fünf Kreise und der 59 Städte und Gemeinden die REGIONALE 2013. Die Agentur wurde im April 2008 gegründet und setzt die Prozesse und Aufgaben der Regionale operativ um. Die REGIONALE 2013 ist ein Strukturförderwettbewerb des Landes NRW, der im Rhythmus von drei Jahren einer Region die Chance bietet, sich zu profilieren und Potentiale stärker zu kommunizieren. Die Südwestfalen Agentur setzt zudem zusammen mit dem Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ und den Kreisen das Regionalmarketing um.

Pressekontakt:

Südwestfalen Agentur
André Dünnebacke
Tel. 02761 – 83511 13
Fax 02761 – 83511 29
presse@suedwestfalen.com
www.suedwestfalen.com