

JADE HOCHSCHULE Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth • Studienort Wilhelmshaven
Doreen Adolph / FB MIT

An die Redaktionen

Medienwirtschaft und
Journalismus
Prof. Dr. Andreas Schelske

Auskunft erteilt
Doreen Adolph, M.A.
E-Mail
Doreen.Adolph@jade-hs.de
Durchwahl
(0 44 21) 9 85 - 2119

Wilhelmshaven,
18.05.2015

L

┐

Pressemitteilung

Zukunft hat, was nachhaltig ist

Angehende Medienwirte entwickeln PR-Konzepte für CEWE Stiftung

Wilhelmshaven.Oldenburg. Praxisnah Erfahrungen sammeln, eigene Kenntnisse einbringen, erweitern und sich in professionellem Auftreten üben – dies sind Inhalte, die neben theoretischem Wissen in der Lehrveranstaltung „PR und Öffentlichkeitsarbeit“ an der Jade Hochschule vermittelt werden. Studierende des siebten Semesters im Studiengang Medienwirtschaft und Journalismus entwickeln hier regelmäßig PR-Konzepte anhand praktischer Fallbeispiele.

In diesem Sommersemester hatten 24 Studierende die Aufgabe, die in Oldenburg ansässige Cewe Stiftung & Co. KGaA als Europas führenden Dienstleister und Technologie-Innovator im Fotofinishing zu positionieren. Darüber hinaus sollten das zehnjährige Jubilä-



Postanschrift Friedrich-Paffrath-Straße 101
26389 Wilhelmshaven
Telefon +49 44 21 985 - 0
Telefax +49 44 21 985 - 2304
Hochschulleitung Friedrich-Paffrath-Straße 101
26389 Wilhelmshaven
Bankverbindung Nord/LB
BLZ 250 500 00 • Kto.-Nr. 199 893 173
UST-ID-Nr. DE 265902596
Steuernummer 70/200/01026
Internet www.jade-hs.de

um des Cewe Fotobuchs sowie das nachhaltige Engagement des Unternehmens bekannt gemacht werden.

Am meisten konnte die Gruppe „twentyfour7“ mit ihrem Konzept überzeugen: „Zukunft hat, was nachhaltig ist“ lautete die kommunikative Botschaft von Puyan Ataherian, Jana Haida, Swaantje Joeck, Daniela Märkl und Frederik Weiß. „Diese Gruppe hat das Thema Nachhaltigkeit und das Fotobuch-Jubiläum am besten verbunden und erlebbar gemacht“, waren sich Dr. Christine Hawighorst und ihre Kollegin Nicole Stephan aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens einig. Das Konzept der Gewinnergruppe fiel darüber hinaus durch klare Strukturierung und Analysearbeit sowie den Einbezug von Mitarbeitern als Dialoggruppe auf.

Beim Briefing-Gespräch in der Oldenburger Unternehmenszentrale erhielten die Studierenden zunächst einen Einblick in die Herstellung und Vielfalt der Fotoprodukte. In den folgenden sechs Wochen analysierten die angehenden Medienwirte unter Anleitung von Doreen Adolph, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Jade Hochschule, die Ausgangssituation und legten Kommunikationsziele, Dialoggruppen, Handlungsstrategien sowie Maßnahmen fest. Im Ergebnis entstanden fünf unterschiedliche PR-Konzepte, welche die Studierenden bei Abschlusspräsentationen an der Jade Hochschule vorstellten.

Das Team „Creative Communication“ entwickelte unter anderem ein „Do-it-yourself-Fotobuch“, um auf das zehnjährige Jubiläum aufmerksam zu machen. Eine andere Studierendengruppe präsentierte das Motto „vorbildhaft“ als kommunikative Leitidee und griff damit das gewünschte Image eines nachhaltigen Unternehmens und Technologieführers auf.

Große Resonanz bei den Cewe-Vertretern fand die Maßnahmen-Idee der Gruppe „Weitblick“, die ein Shop-Konzept in Anlehnung an andere Markenhersteller im Konsumgüterbereich vorstellte. Die fiktive „Agentur hochglanz“ fokussierte ihr PR-Konzept auf die jüngere Dialoggruppe der sogenannten Digital Natives, die bereits mit den Technologien des digitalen Zeitalters aufgewachsen sind.

„Wir haben viel von Cewe wiedererkannt und alle Gruppen haben die Aufgabenstellung gut umgesetzt. Insofern ist uns die Entscheidung für ein Gewinnerkonzept schwer gefallen“, lobte Hawighorst.

Text: Doreen Adolph