

An die Redaktionen

Jade Hochschule
Wilhelmshaven/Oldenburger/Elsfleth
University of Applied Sciences
Friedrich-Paffrath-Str. 101
D-26389 Wilhelmshaven

Phone +49 (0) 4421-985-2928
katrin.busch@jade-hs.de

Wilhelmshaven, 11.12.13

Pressemitteilung

PR für die Zukunft

MWJ-Studierende entwickeln Kommunikationskonzepte für visionäres Mobilitätsprojekt

Eine PR-Strategie für eine Vision zu entwickeln statt für ein bereits bestehendes Unternehmen oder Produkt – das ist selbst für erfahrene PR-Agenturen eine Herausforderung. Dieser kniffligen Aufgabe stellten sich in diesem Wintersemester 25 Studierende des siebten Semesters im Studiengang Medienwirtschaft und Journalismus an der Jade Hochschule in Wilhelmshaven (Fachbereich Management, Information, Technologie). In der Lehrveranstaltung „Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit“ bei Prof. Dr. Andreas Schelske übernahmen sie in Gruppen die Rollen von fünf Agenturen, die jeweils ein eigenes PR-Konzept für die visionäre Geschäftsidee „Car2Track“ (Fusion aus Straße und Schiene) erstellten.

Dabei handelt es sich um eine innovative Fortbewegungsmethode, die sich aus zwei Elementen zusammensetzt: Aus privaten Kraftfahrzeugen und öffentlichem Schienenverkehr. Die Vision liest sich wie folgt: Eines Tages nehmen wir den Raum, in dem wir uns wohlfühlen, mit auf unseren Weg. Unser Fahrzeug ist ein persönliches Transportmodul, das nach unseren individuellen Bedürfnissen ausgestattet wurde – zum Beispiel als Wohn-, Arbeits- oder Schlafraum. Je nach Bedarf reisen wir bei kurzen Strecken in unserem eigenen Transportmodul, das ähnlich funktioniert wie ein Elektrofahrzeug. Bei langen Strecken wiederum wird das eigene Fahrzeug zum Teil eines Systems – eines Autozugs –, so dass der Nutzer nicht mehr selbst fahren muss, aber zusätzliche Räumlichkeiten und Serviceeinrichtungen nutzen kann.

Für dieses Mobilitätsprojekt haben Studierende des Wirtschaftsingenieurwesens an der Jade Hochschule im Rahmen der „Jade Innosphäre“, einer neuen Kooperationsform zwischen Hochschule und Partnern aus der Wirtschaft, bereits das Konzept für einen Autozug entwickelt. Die angehenden Medienwirte übernahmen nun den „PR-Part“. Dazu analysierten sie die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Vision, legten Kommunikationsziele und Dialoggruppen fest und machten sich Gedanken über die richtige Positionierung: Welcher Grundgedanke, welche Botschaft der Vision soll sich im Bewusstsein der Dialoggruppen festsetzen? Darauf basierend entwickelte jede „Agentur“ einen eigenen, in sich stimmigen Maßnahmenkatalog, den sie abschließend in einem sogenannten Pitch ihrem Auftraggeber präsentierten.

Auftraggeber war in diesem Fall der Unternehmensberater und Initiator der Jade Innosphäre, Heinz-Jürgen Gerdes, der gemeinsam mit Reinhard Binder die Geschäftsidee „Car2Track“ für einen Privatinvestor entwickelt hat. Ihm kam die Aufgabe zu, von den präsentierten Konzepten das beste auszuwählen und damit die „Sieger-Agentur“ zu küren. Die Wahl fiel auf „Betzi und die Boys“ mit den Studierenden Matthias Balk, Roman Bartz, Philipp Busch, Philipp Steffens und Bettina Wilmes.

„Car2Track befindet sich in einem visionären und experimentellen Stadium. Entsprechend groß war die Herausforderung, ein fiktives Geschäftsmodell in konkrete PR zu gießen“, erklärte Gerdes. Umso beeindruckender sei die Transformation der Vision in eine sehr konkrete Bildsprache gewesen. „Dies gelang vor allem durch einen Film von ‚Betzi und die Boys‘, der die wesentlichen Merkmale von Car2Track emotional beeindruckend und szenisch überzeugend dargestellt hat.“ Eingebettet war der Film in ein Kommunikationskonzept, das mit einer Vielfalt an Anreizen und Dialogimpulsen überzeugte. Gleichwohl seien auch andere Beiträge beeindruckend umgesetzt worden – sowohl hinsichtlich der Professionalität wie auch des Engagements: „Die 25 Studierenden haben in kurzer Zeit ein komplexes Thema adaptiert und sehr unterschiedliche, eigenständige Kommunikationskonzepte entwickelt“, lobte Gerdes.

Für die Fortentwicklung des Projektes, so Gerdes weiter, hätten die Studierenden sehr interessante und hilfreiche Impulse im Rahmen der Jade Innosphäre erbracht. „Vor allem, weil dieser Innovationsansatz der Jade Hochschule aus der Markt- und Kundenperspektive heraus agiert. Hier haben die Studierenden eine Doppelfunktion übernommen – als PR-Profis und als Partizipanten heutiger und zukünftiger Märkte.“

Am 13. Dezember fahren die beteiligten Studierenden zusammen mit Prof. Dr. Schelske noch auf eine Exkursion nach Berlin, wo am Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ) das Mobilitätsprojekt noch einmal ausführlich vorgestellt wird.

• *Text: Katrin Busch*