

Gesucht, gekauft, geliefert: Ideen für Plattform

Kreis Soest – Wie kann die lokale Lieferdienstplattform [Kreissoest-liefert.de](#) attraktiver werden? Dieser Frage sind 80 Studenten der FH Südwestfalen auf den Grund und haben Marketingstrategien entwickelt – für die drei besten Ideen von 19 Gruppen gab's 1750 Euro Prämie.

Die Plattform bietet eine Übersicht derjenigen Unternehmen, die Waren, Essen und andere Leistungen zum Abholen und zum Liefern anbieten. Auf dem Stundenplan der Design- und Projektmanagement-Studenten stand

im Modul „Markenführung und Kommunikationsmanagement“ die Aufgabe, ein neues Kommunikationskonzept plus Werbespot für die Webseite erstellen (Leitung: Prof. Matthias Schulten).

Von den Abschlussarbeiten zeigten und Werbespots zeigten sich die Projektpartner begeistert ob der kreativen Ergebnisse und der Vielseitigkeit der Ideen. „Es waren viele interessante Ansätze dabei. Wir werden uns kurzfristig im Team nochmal zusammensetzen und überlegen, welche Ideen wir für die Platt-

form adaptieren können“, so Frank Diening, Digitalscout vom Digitalen Zentrum Mittelstand, die einer der Betreiber der Plattform sind. Thomas Busse (Busse Computer Novotech), dessen Unternehmen für die besten Spots eine kostenlose Videowand bereitstellt, zeigte sich ebenfalls beeindruckt: „Das Niveau der Werbespots war so hoch, dass es uns schwerfiel, einen Favoriten festzulegen.“

Die drei besten Ideen erhielten ein Preisgeld von insgesamt 1750 Euro, gestiftet von der Volksbank Hellweg.

750 Euro gingen ans Siegerteam mit Dominik Drees, Pascal Gernhard, Sören Kirchoff, Alana Kuhn und Robin Wessel; jeweils 500 Euro an die beiden Zweitplatzierten. Denn, so Bankvorstand Dr. Andreas Sommer: „Die Entscheidung fiel uns aufgrund der bemerkenswerten Präsentationen nicht leicht, so dass der zweite Platz gleich doppelt belegt wurde.“

DZM-Geschäftsführer Markus Helms ergänzte: „Die Gewinnergruppe überzeugte mit einem neuen Corporate Design, einem starken Wer-

bespot und dem eigens kreierten Slogan ‚Gesucht. Gekauft. Geliefert.‘“ Im April wird der Spot vier Wochen lang auf einer Videowand in Soest zu sehen sein, der genaue Standort steht allerdings noch nicht fest. „Es wird ein tolles Erlebnis sein, durch Soest zu fahren und sein eigenes Ergebnis sehen zu dürfen. Wir sind dankbar für das Vertrauen in uns“, erklärte die Studentin Alana Kuhn.



www.kreissoest-liefert.de