

Studierende entwickeln Marketingplan für Lieferplattform

Ideen für Kreissoest-liefert.de mit 1.750 Euro ausgezeichnet

■ **Kreis Soest.** Wie kann die lokale Lieferdienstplattform Kreissoest-liefert.de noch attraktiver werden? Dieser Frage gingen 80 Studierende der Fachhochschule Südwestfalen auf den Grund und entwickelten Marketingstrategien. Die drei besten Ideen wurden jetzt mit einem Preisgeld von insgesamt 1.750 Euro prämiert. Kreissoest-liefert.de bietet eine Übersicht über diejenigen Unternehmen im Kreis Soest, die Waren, Essen und andere Leistungen zum Abholen und zum Liefern anbieten.

Auf dem Stundenplan der Studierenden des Studiengangs Design- und Projektmanagement der Fachhochschule Südwestfalen stand im Modul „Markenführung

und Kommunikationsmanagement“ die Aufgabe: Entwicklung von Kommunikationsideen für die Plattform www.kreissoest-liefert.de. Genauer gesagt, die Studierenden sollten ein neues Kommunikationskonzept plus Werbe-

Projektplaner begeistert

spot für die Webseite erstellen. Vor einigen Tagen präsentierten nun 19 Gruppen ihre Abschlussarbeiten und zeigten ihre Werbespots den Projektpartnern sowie dem projektleitenden Professor Dr. Matthias Schulten.

Die Projektpartner waren begeistert von den kreativen Ergeb-

nissen 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 Plattform adaptieren können“, so Frank Diening, Digitalscout vom Digitalen Zentrum Mittelstand (DZM), die einer der Betreiber der Plattform sind. Auch Thomas Busse von BUSSE Computer NOVOTECH zeigte sich erfreut: „Ich bin beeindruckt von dem Ideenreichtum und der Professionalität der Studierenden. Das Niveau der Werbespots war so hoch, dass es uns schwerfiel, einen Favoriten festzulegen.“ Busse's Unternehmen stellt für die besten Spots aus dem Projekt ei-

ne kostenlose Videowand zur Verfügung.

Die drei besten Ideen erhielten jetzt ein Preisgeld von insgesamt 1.750 Euro, gestiftet von der Volksbank Hellweg eG. Das Siegerteam erhielt 750 Euro, die

Neues Design

zwei anderen Teams erhielten jeweils 500 Euro. „Die Entscheidung fiel uns aufgrund der bemerkenswerten Präsentationen nicht leicht, sodass der zweite Platz gleich doppelt belegt wurde“, so Dr. Sommer, Vorstandsmitglied der Volksbank Hellweg eG. DZM-Geschäftsführer Markus

Helms ergänzte: „Die Gewinnergruppe bestehend aus Dominik Drees, Pascal Gernhard, Sören Kirchhoff, Alana Kuhn und Robin Wessel überzeugte mit einem neuen Corporate Design, einem starken Werbespot 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. „Wir freuen uns sehr darüber, dass unsere Kampagne realisiert wird. 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“, so Studentin Alana Kuhn.