

Hochschule Pforzheim

Stürmische Konzepte mit Beaufort 8



Kommunikationsmanagement im SS 15

Auch in diesem Semester erarbeiteten Studierende der Studiengänge Marketingkommunikation und Werbung und International Marketing unter der Leitung von Prof. Dr. Brigitte Gaiser sechs stürmische Kommunikationskonzepte für einen realen Kunden. In einem Pitch, der von der Agentur Beaufort 8 gebrieft wurde, hatten sechs studentische Agenturen zwei Monate Zeit, ein Kommunikationskonzept für die mhplus Krankenkasse zu erarbeiten. Im Rahmen der großen Pitchpräsentation am 18.06.2015 hatten die sechs Agenturen die Chance den Geschäftsführer von Beaufort 8 und Herrn Ratke Marketingleiter der mhplus von ihren Ideen zu überzeugen.

Problem- und Aufgabenstellung

Die gesetzlichen Krankenkassen bieten gleiche Leistungen an und differenzieren sich funktional kaum. Um auf Dauer überlebensfähig zu sein, muss eine Krankenkasse immer stärker einen emotionalen Kundennutzen bieten. Dieser Kundennutzen sollte für die Kunden wichtig sein (wesentliches Merkmal), dauerhaft sein (nicht leicht zu imitieren) und von den Kunden wahrgenommen werden. Das Thema Krankenkasse bzw. Krankenversicherung ist für die meisten und vor allem bei jungen Erwachsenen eher ein uninteressantes „Low-Involvement“ Thema. Da die Mitgliedschaft in einer Krankenversicherung jedoch gesetzlich vorgeschrieben ist, müssen sich die jungen Erwachsenen zwangsläufig damit beschäftigen. Aus Desinteresse wird oft die Krankenkasse der Eltern übernommen. Es stellt sich also die Frage: Wie kann das Thema „gesetzliche Krankenversicherung“ durch werbliche Kommunikationsmaßnahmen für junge Erwachsene wahrnehmbar und interessant gemacht werden? (Auszug aus dem Briefing Beaufort 8)

Abschlusspräsentationen

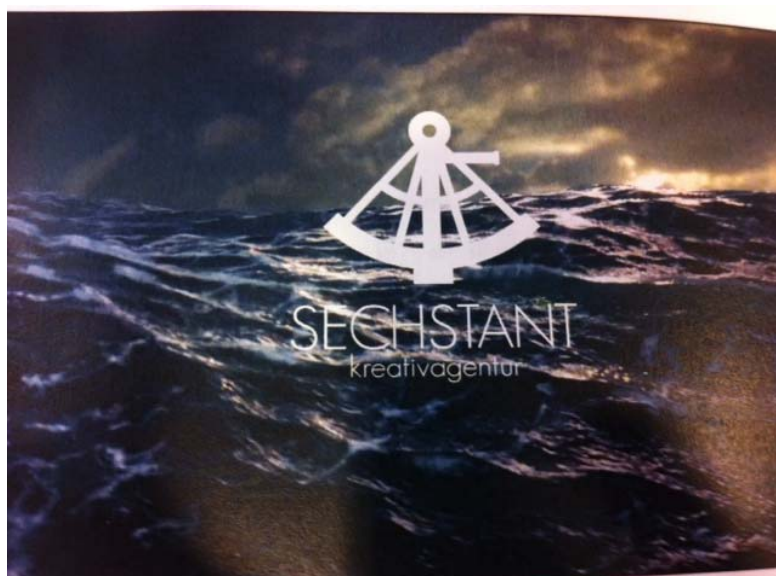
Bei den Abschlusspräsentationen freuten sich alle Gruppen über das positive Feedback von Herr, Dannecker. Besonders spannend für die Studenten war, dass auch der „Kunde“, die mhplus, direkt Stellung zu den vorgestellten Konzepten und Ideen nahm.

Besonders überzeugend war die Gruppe ADficient, die mit einer frechen, zielgruppenspezifischen Kampagne sowohl den Kunden als auch die Agentur überzeugte. Damit sicherte sie sich vor den Agenturen Sechstant und Weitblick Platz eins im Pitch.

Herr Dannecker sagte abschließend: „Uns, der Werbeagentur Beaufort 8, hat es sehr viel Spaß gemacht an diesem Praxisprojekt teilzunehmen. Die Studenten haben tolle Ideen für unseren Kunden geliefert und die Aufgabenstellung mit Bravour gemeistert. Besonders beeindruckt hat uns, wie die Studenten ihre Ergebnisse am Pitch-Tag selbstbewusst und unterhaltsam präsentiert haben. Man hat gemerkt, dass sie das nicht zum ersten Mal gemacht haben. Alle Teams präsentierten auf hohem Niveau, sodass es uns dementsprechend wirklich schwer fiel, eine Gewinnertruppe zu küren. Wir wünschen den Studenten auf ihrem weiteren Weg im Studium und vor allem auch später im Beruf alles Gute!“

Anbei einige Eindrücke von der Abschlusspräsentation in Bildern:







Siegergruppe Adficient bei der Preisübergabe



Der zweite Platz ging an Sechstant



Die Agentur Weitblick freute sich über den dritten Platz



Mit gutem Beispiel voran: gesundes Obst statt Kekse

Akkreditierungen



© Hochschule Pforzheim 2016