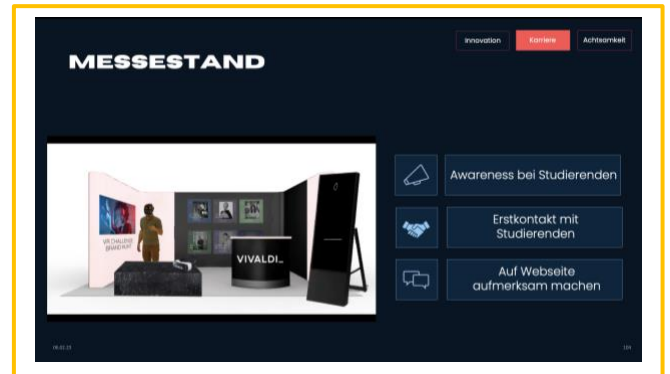


Eine Nachwuchskampagne für Vivaldi

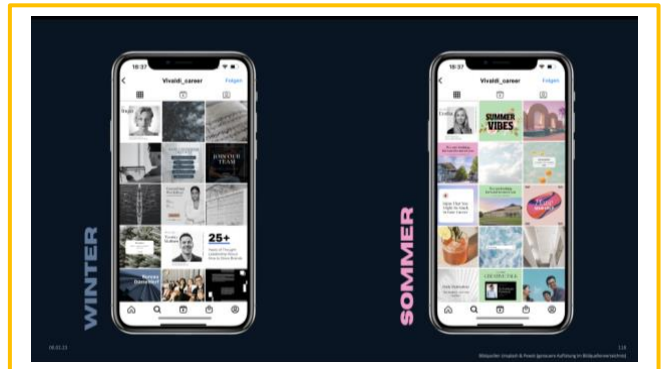
Entwicklung eines Kommunikationskonzepts zur Stärkung der Arbeitgebermarke

In diesem Wintersemester hatten die Studierenden des 7. Semesters die Aufgabe, für die Vivaldi Group, ein Consulting-Unternehmen mit Schwerpunkt Strategisches Marketing und Markenmanagement, eine Nachwuchskampagne zu entwickeln. Dazu führten die 11 Studierenden eine gründliche Analyse der Arbeitsmarkttrends durch und arbeiteten durchdachte, praxisnahe Kommunikationsansätze aus.



Die Projektteilnehmenden erhoben empirische Daten für die Analyse und führten eine Fokusgruppe mit Vertreterinnen und Vertretern der Zielgruppe der Hochschulstudierenden im Bereich Marketing und Kommunikation durch. So wurden zusätzlich qualitative Informationen gesammelt und ausgewertet.

Die Konzeptansätze, die dem Unternehmen Vivaldi Group mögliche Ideen bieten, um geeigneten, jungen Nachwuchs auf dem Arbeitsmarkt zu finden, wurden am Ende des Semester zwei Vertretern von Vivaldi an der Hochschule präsentiert.



Durch dieses Praxisprojekt haben die Studierenden zusätzlich zum Praxissemester berufsrelevante Erfahrungen im Bereich Marketingkommunikation in Verbindung zu ihrem bereits erworbenen Theoriewissen gesammelt. Sie mussten nicht nur ihr kreatives Denken unter Beweis stellen, sondern haben auch ihre Softskills wie Teamarbeit und Organisationsgeschick trainiert. Auch für die anstehende Bachelorthesis wurde die Anwendung wissenschaftlichen Arbeitens wiederholt und gestärkt.