

Finale Präsentation in der IHK

MARKET-MINDS Theodor-Heuss-Schüler erstellen Werbepläne für Unternehmen

Offenbach – „Wirtschaft ist vielfältig“ – mit diesen Worten eröffnete Markus Weinbrenner, Leiter der IHK, die Vortragsreihe. Innerhalb der letzten sechs Monate haben Schülerinnen und Schüler der Fachoberschulklassen mit dem Schwerpunkt Wirtschaft kreative Marketingkonzepte für regionale Unternehmen entwickelt. Die Bandbreite ist groß und reicht von nachhaltigen Verpackungen bis hin zu Social-Media-Konzepten. In diesem Jahr treten drei Unternehmen als Auftraggeber auf: die Schoder GmbH aus Langen (Metallverarbeitung), die Sven Stenger GmbH aus Offenbach (Garten- und Landschaftsbau) und die Pergano GmbH aus Obertshausen, ein Hersteller nachhaltiger Kartonagen für die Gastronomie.

Weinbrenner betonte in seinem Auftakt ebenfalls, dass die Zusammenarbeit zwischen Schülern und Unternehmen „gleichermaßen ergiebig“ sei. Denn nicht nur können die Schüler direkte Praxiserfahrungen sammeln, auch die Unternehmen profitieren von den durchdachten Konzepten, die sie präsentiert bekommen. Rund 150 Schüler nahmen an der Projektarbeit teil, und zum



Die Finalisten traten in der IHK mit ihren erarbeiteten Marketingkonzepten gegeneinander an.

MARLENE OCHS

Abschluss des Projekts traten die sechs finalen Gruppen mit ihren Präsentationen vor die Unternehmensvertreter, um ihnen ihre entwickelten Konzepte zu präsentieren. Die Jury setzte sich aus Larissa Teichmann (Schoder GmbH), Justus Herbert (Pergano GmbH) sowie IHK-Geschäftsführer Frank Achenbach, der für Sven Stenger (Stenger Garten- und Landschaftsservice GmbH) einsprang, zusammen.

Den ersten Platz belegen Anakin Figeac, Taha Badwan und Aleksander Grybus mit ihrem Konzept für die Schoder GmbH. Ihr Ansatz, digitale Mittel wie ein KI-produziertes Werbevideo gezielt einzusetzen und da-

bei Budgetplanung und Wirkungskontrolle nicht aus dem Blick zu verlieren, überzeugte die Jury. „Eine Entscheidung, die nicht schwer fiel“, sagt Larissa Teichmann. Das Gewinnerteam habe „definitiv einen Mehrwert generiert“ und den ersten Platz „sehr verdient gewonnen“. Das Siegerteam erhält einen Gutschein für einen Kletterpark im Wert von 300 Euro, aber auch der zweite und dritte Platz wurden belohnt. Den zweiten Platz erreicht das unter dem Titel „Tag des Gartens“ konzipierte Marketingevent. Das Konzept konnte die Jury mit einer sorgfältigen Wettbewerbsanalyse der Sven Stenger GmbH, einem klar her-

ausgearbeiteten Alleinstellungsmerkmal, sowie konkreten Vorschlägen zu Werbeschenken überzeugen.

„Market Minds“ ist ein Format, das Nachwuchs und regionale Unternehmen zusammenbringen soll. Die Firmen erhalten frische Perspektiven und unvoreingenommene Marketingideen, während die Schülerinnen und Schüler praktische Erfahrungen sammeln. Seit 2008 besteht das Projekt, organisiert von Hanno Schäfers, der das Format über die Jahre kontinuierlich weiterentwickelt hat. Was als reines Marketingprojekt begann, hat sich zu einem umfassenden Lernformat gewandelt, in dem die Jugendli-

chen neben fachlichen Inhalten auch das Schreiben von Projektarbeiten und das freie Präsentieren vor Publikum erlernen und üben. Die Industrie- und Handelskammer (IHK) begleitet das Projekt aus Überzeugung. Dabei steht im Mittelpunkt, dass Schülerinnen und Schüler echte Einblicke in Unternehmen erhalten und Wirtschaftstheorie in die Praxis umsetzen können.

Insgesamt überzeugten die Schüler der THS nicht nur durch ihre durchdachten Konzepte, sondern auch durch ihr professionelles Auftreten, durchdachte Präsentationen und eine sehr unterstützende Atmosphäre. **LARISSA KESSLER**