



Wer bereits im Studium Praxiserfahrung erwirbt, hat Vorteile beim Berufseinstieg.

Foto: fotolia.com

Ab in die Praxis

Gelerntes unmittelbar in die Praxis umsetzen können Studierende in Lehrveranstaltungen und Projekten am Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus.

In direkter Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Unternehmen erproben Studierende der Wirtschaftswissenschaften ihr Wissen und legen dabei oft den

Grundstein für ihre Karriere. Eva Thelen und Günther Botschen begleiten sie dabei.

Finn Tüchsen stellt stolz drei Zahnpastatuben auf den Besprechungstisch, an dem sich

Dr. Eva Thelen und Dr. Günther Botschen vom Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus sowie fünf weitere Studierende zum Gespräch mit *wissenswert* eingefunden haben. Das Erscheinungsbild und die Markenpersönlichkeit der Zahnpastamarke hat Finn Tüch-

sen, der kurz vor dem Abschluss seines Studiums der Internationalen Wirtschaftswissenschaften steht, maßgeblich mitgestaltet. „Die Zusammenarbeit hat sich auf Initiative eines Innsbrucker Unternehmers ergeben, der mit der Idee der Wiederbelebung einer österreichischen Zahnpasta-

marke ans Institut herangetreten ist“, erzählt er. Gemeinsam mit einer Kollegin hat Tüchsen zunächst Analysen und empirische Befragungen durchgeführt, bei denen es darum ging, den Bekanntheitsgrad und die Markenbedeutung der vor einigen Jahren aufgelassenen Marke in Österreich zu untersuchen. „Darauf aufbauend haben wir eine neue Positionierung sowie einen Slogan erarbeitet und gemeinsam mit einem Designer Logo, Erscheinungsbild und Verpackung entwickelt“, berichtet Tüchsen,

«Die Diplomarbeiten behandeln den Auftrag theoretisch, reflektieren aber auch die Durchführung.»

Eva Thelen

der beim auftraggebenden Unternehmen bereits ein Praktikum absolviert hat und die Wiederbelebung der Marke im Rahmen seiner Diplomarbeit aufgreift.

„Derartige Diplomarbeiten behandeln den Auftrag theoretisch fundiert, umfassen aber auch die Durchführung und Reflexion des Prozesses“, erläutert Eva Thelen. Als Lehrende und Forschende im Fachbereich Handel sind sie und ihr Kollege Günther Botschen bestrebt, den Studierenden bereits von der ersten Lehrveranstaltung Praxiserfahrungen zu vermitteln. „Den Universitätsabsolventen haftet immer ein bisschen das Etikett ‚Theorie, aber keine Praxis‘ an, was jedoch nicht stimmt“, sagt Eva Thelen.

Kontakt mit Auftraggeber

Die Studierenden werden nicht erst bei ihrer Diplom- oder Masterarbeit, sondern bereits im Bachelor-Pprogramm mit praktischen Aufgabenstellungen konfrontiert. „Wir laden zu unseren Lehrveranstaltungen zu jedem Thema Vertreter von unterschiedlichen Unternehmen ein. Außerdem gibt es jedes Semester ein Projekt mit einem Auftraggeber aus der Praxis, an dem alle Kursteilnehmer mitarbeiten“, erklärt Günther Botschen das Konzept der Basis- und Vertiefungsseminare im Bereich Handelsmarketing, an denen auch Bachelor-Studentin Jasmin Karner teilnimmt. Sie ist Leiterin des laufenden Lehrveranstaltungsprojektes,

in dem in enger Zusammenarbeit mit einem internationalen Autohersteller ein Konzept für ein Erlebnis-Center entwickelt wird, das verschiedene Attraktionen bieten soll, die einerseits publikumswirksam sind und andererseits zur Marke passen.

Die 18 Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer erarbeiten dazu ein passendes Forschungs-Design und bilden Zweier- und Dreiergruppen, jedes Team deckt ein bestimmtes Themengebiet ab. „Eine Gruppe ist zum Beispiel für Benchmarking zuständig, besucht verschiedene Erlebniscenter und führt Experteninterviews, eine andere fährt zu Händlertagungen, um die Wünsche der Händler abzuklären“, beschreibt Jasmin Karner, die als Projektleiterin auch für die Kommunikation mit der Marketingleiterin des österreichischen Importeurs zuständig ist. Mindestens einmal pro Woche treffen sich die Studentinnen und Studenten im so genannten Projektcafé, um sich gegenseitig zu informieren und auszutauschen. Aktuell wird die Abschlusspräsentation vorbereitet, denn Ende Juni werden die

Ideen und Konzepte vor Vertretern des Autoherstellers vorgestellt. Obwohl die Arbeit viel Zeit in Anspruch nimmt – laut Günther Botschen stecken in Summe rund 4000 studentische Arbeitsstunden im Lehrveranstaltungsprojekt –, sind die Studierenden durchwegs begeistert von den praktischen Erfahrungen.

«Der Zeitaufwand ist hoch. Rund 4000 Arbeitsstunden können im Lehrveranstaltungsprojekt stecken.»

Günther Botschen

Auch Jan Hoheisen und Aron Holterman sind sich einig, dass sich ihr Praxis-Einsatz gelohnt hat. Die beiden haben ihre Bachelor-Arbeit über Guerilla-Marketing geschrieben – ein Marketingansatz, bei dem es darum geht, durch ungewöhnliche Werbeaktionen mit geringem Budgeteinsatz möglichst große Wirksamkeit zu erzielen. Ihr Know-how haben sie im Auftrag der Tiroler Tischler-Innung eingesetzt und ein Strategiekonzept zur Image-

verbesserung der Tiroler Tischler entwickelt. Besonders positiv haben die beiden Studierenden den Kontakt mit den Branchenvertretern empfunden: „Wir wurden einmal in eine Tischlerei eingeladen, um eine Präsentation zu halten. Dort und auch bei allen anderen Gesprächen haben wir uns sehr willkommen gefühlt“, berichtet Jan Hoheisen von seinen Erfahrungen. „Für uns war es nicht nur ein positives Erlebnis, Praxis zu sammeln, sondern auch zu sehen, dass unsere Vorschläge zum Teil realisiert werden“, ergänzt sein Kollege Aron Holterman.

Umfangreiche Betreuung

Bei den genannten und zahlreichen weiteren Praxis-Projekten werden die Studierenden natürlich nicht alleine gelassen, sondern laufend von universitären Expertinnen und Experten begleitet. „Wir bereiten die Studierenden inner- und auch außerhalb von Lehrveranstaltungen auf die Aufträge vor und coachen sie während der Durchführung der Projekte“, erläutert Eva Thelen.

eva.fessler@uibk.ac.at



Um sich über den Fortgang des Lehrveranstaltungsprojektes auf dem Laufenden zu halten, treffen sich die Teammitglieder einmal wöchentlich. Im Bild vorne (von links nach rechts): Liz Merkes, Jasmin Maria Karner (Projektleiterin), Dr. Günther Botschen (einer der Lehrveranstaltungsleiter), Mathias Künzler (Innenarchitekt). In der zweiten Reihe: Sarah Schmelz (links) und Kristina Zezelj (Stellvertretung der Projektleiterin).

Foto: Jasmin Karner