

Initiativen flow und C&C bringen Studierende auf Trab

Erste Begegnung mit dem Traumberuf

Der „Praxischock“ setzt meist erst nach dem Examen ein. Dann, wenn der Absolvent feststellt, dass der gewählte Beruf doch nicht seinen Erwartungen entspricht. Oder wenn im Job ganz andere Qualifikationen vorausgesetzt werden. Zwei Würzburger Initiativen – flow und C&C – schaffen Abhilfe.

Beide Institutionen fördern die Kontakte zwischen Wirtschaft und Universität und ermöglichen so den Studierenden wertvolle Berufseinblicke. flow, das Forum für kreative Kommunikation, wurde im vergangenen Jahr von Reinhard Steinmetz, Inhaber der Karlstädter Werbeagentur R+S, als „Kreativschmiede“ ins Leben gerufen. flow versteht sich als Plattform für sämtliche Formen der Kommunikation und will Studierende, Kreative, Journalisten und Unternehmer zusammenbringen, um gemeinsam Diskussionsforen, Vorträge, Workshops oder Seminare zu veranstalten.

In seinen Arbeitsräumen in der Würzburger Rüdigerstraße richtet sich flow vor allem an Geisteswissenschaftler und angehende Graphik-Designer, die praktische Einblicke in die Werbung erhalten wollen. Dort trifft sich dann des Öfteren Creative-Director Thomas Elsässer von R+S mit den Neulingen, um Anregungen bei der ungewohnten kreativen Arbeit zu geben. Bemerkenswert: Die über Steinmetz koordinierten Aktivitäten sind grundsätzlich nicht kommerziell ausgerichtet.

Probleme bei der Nachwuchsfindung

Das mag als ungewöhnlicher Weg erscheinen, um den Nachwuchs zu fördern. Reinhard Steinmetz hierzu: „Nicht nur wir als Werbeagentur oder andere Unternehmen haben das Problem, qualifizierte Mitarbeiter für den Standort zu gewinnen. Viele Studierende, die in Würzburg ihr Examen machen, orientieren sich anschließend in Richtung Großstadt, ziehen wegen vermeintlich besserer Berufschancen nach München, Frankfurt oder Hamburg.

Dabei wird oftmals übersehen, dass auch unsere Region hervorragende Berufsperspektiven bietet.“

Vorteilhaft für die Karlstädter ist die Verbindung von R+S-Mitarbeiterin Doris Langer zur Uni Würzburg, wo sie am Institut für deutsche Philologie ein Seminar über Werbesprache anbietet. Hier haben die Seminarteilnehmer die Möglichkeit, sich neben der universitären Lehrveranstaltung an Firmenprojekten zu beteiligen. Unter fachkundiger Anleitung wer-

lig an der Uni, wo sonst fast ausschließlich sehr Theorie-lastiges angeboten wird, das wenig mit der Berufswelt zu tun hat.“

Doris Langer freut sich über die positiven Rückmeldungen zu ihrem Seminar. Aus eigener Erfahrung weiß sie, dass für Geisteswissenschaftler der Einstieg ins Berufsleben nicht immer einfach ist. Und Prof. Dr. Norbert Richard Wolf, Inhaber des Lehrstuhls für deutsche Sprachwissenschaft und Schirmherr der Veranstaltung, sieht in der Initiative die Chance aufzuzeigen, „dass Sprachwissenschaftler für viele Berufsfelder qualifiziert sind.“

Bislang wurden kreative Werbeideen unter anderem für die Kulmbacher Brauerei und die Arbeiterwohlfahrt geliefert. Sehr erfolgreich verlief auch die Entwicklung an einer Anzeigenserie für den Ausländerbeirat der Stadt Würzburg. Hier galt es, eine Image- bzw. Aufklärungskampagne für das negativ besetzte Thema „Ausländer“ zu kreieren. Mit einer sehr unkonventionellen und frechen Kampagne begeisterten die Studenten schließlich den

Vorstand des Ausländerbeirats, der diese Ideen auch sofort anlässlich des Umsonst & Draußen-Festivals umsetzte. Momentan laufen Gespräche über eine Plakat-Kampagne in Zusammenarbeit mit den Würzburger Straßenbahnen. Und zwei weitere Projekte sind in Bearbeitung: Sowohl die Regierung von Unterfranken als auch der Bundesverband deutscher Fertigung (Bonn) haben jeweils eine Imagekampagne in Auftrag gegeben.

„Die Resonanz auf die abgeschlossenen Projekte ist sowohl von Seiten der Studierenden, als auch der Auftrag gebenden Unternehmen äußerst positiv“, freut sich Langer. Und auch

Zusammenkommen

Der Ausländerbeirat der Stadt Würzburg setzt sich für ein harmonisches Miteinander von deutschen und ausländischen Würzburgern und Würzburgerinnen ein.

Telefon: 09 31 / 37 32 29

Ausländerbeirat der Stadt Würzburg
gemeinsam ist besser als alleine!

den werbliche Ideen und teilweise ganzheitliche Konzepte für Imagekampagnen entwickelt. „Manchmal schießen die Studenten mit ihren Ideen übers Ziel hinaus und wir müssen sie bremsen, aber dennoch kommen oft erstaunlich unkonventionelle, praktikable Lösungen heraus,“ lobt Thomas Elsässer die Arbeit der Studenten.

Positive Resonanz

Seminarteilnehmerin Melanie Walter zeigt sich begeistert: „Fundierten theoretischen Einblick und dann noch die Möglichkeit zu einem Firmenpraktikum zu erhalten – das ist einma-



*Frech und heiter ist die Kampagne der Germanistik-Studenten – hier bei der Präsentation (von links: Fusun Göloglu, Felix Krämer und Karin Bayha).
Fotos: flow*

sen über die Effizienz von Verkaufsprämien sowie über spezifische Kundenwünsche. Nach Abschluss der Projekte zeigte sich Rudolf Wöhl sichtlich zufrieden: „Die eingesetzten Studentinnen und Studenten gingen mit einem geradezu faszinierenden Ehrgeiz und Engagement an diese Projekte, sodass das Ergebnis für unser Unternehmen gute Erkenntnisse an den Tag brachte, die in naher Zukunft eingesetzt werden können.“

Die durch C&C gewonnenen Erfahrungen können wertvoll für den beruflichen Einstieg sein. Die Projektarbeit ermöglicht, auf spielerische Weise Praxiserfahrungen zu sammeln, die später von Nutzen sein können. Einige ehemalige Projektteilneh-

die R+S-Agentur ist überzeugt, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben: „Wer von den jungen Leuten Interesse hat und kreatives Talent beweist, ist uns später als Mitarbeiter herzlich willkommen“, ermutigt Reinhard Steinmetz die Studierenden.



Die für flow verantwortliche Crew: v.l. Creative-Director der Werbeagentur R+S, Thomas Elsäßer, Doris Langer (Lehrbeauftragte an der Uni Würzburg sowie R+S-Geschäftsleitungsassistentin) sowie Erfinder und Initiator der Initiative, Agenturinhaber Reinhard Steinmetz.

Verbindung von universitärer Theorie mit unternehmerischer Praxis zu erreichen, vermittelt C&C Projekte aus dem Unternehmensalltag an Studenten der Fachrichtungen Betriebswirtschaft, Psychologie und Jura. C&C Würzburg e.V. ist rein studentisch organisiert und geleitet. Auf die Frage, wie die fachliche Kompetenz gewährleistet wird, antwortet Timo Weikert, Vorstandssprecher von C&C: „Oft geht es den Firmen, Verbänden oder öffentlichen Auftraggebern in erster Linie um unkonventionelle Lösungen und frische Ideen, den Abbau von firmeneigener Betriebsblindheit und den Kontakt zu potentiellen künftigen Mitarbeitern. Bei allen Projekten erhalten wir jederzeit Rat und Hilfe von unserem C&C-Beirat, dem zehn Professoren angeschlossen sind.“

Nicht verwunderlich, dass C&C auf reges Interesse von Seiten der Wirtschaft stößt. In der Vergangenheit wurden beispielsweise zwei Projekte für das Bekleidungshaus Wöhl durchgeführt. Die Studien umfassten Analy-

mer und Vereinsmitglieder haben durch C&C sogar ihren späteren Arbeitgeber kennen gelernt. Seit C&C-Gründung im Jahr 1993 wurden über 50 C&C-Projekte erfolgreich abgeschlossen. Die Bandbreite reicht vom kleinen Ein-Mann-Betrieb über Start-up-Unternehmen, Stadtverwaltungen, mittelständische Unternehmen und sogar Weltmarktführern bis hin zu absoluten Weltkonzernen wie Lufthansa oder die Deutsche Bank. Ebenso bunt wie die Branchen der Auftraggeber sind die Fragestellungen, die aus Bereichen Marketing, Controlling, Personal und Wirtschaftsinformatik kommen.

dino/Langer ■

Information

C&C: Timo Weikert, E-Mail: info.wuerzburg@cundc.org;
flow: Doris Langer, E-Mail: doris.langer@t-online.de