

Gute Ideen für gutes Marketing

Schüler des Moerser **Berufskollegs** haben im Rahmen eines Projektes für das **Mehrgenerationenhaus St. Josef** in Wesel eine **Werbestrategie** erarbeitet. Die soll jetzt von einer Voerder Agentur weiterentwickelt werden.

VON MICHAELA BASTIAN

MOERS/WESEL Endlich einmal die Theorie in die Praxis umsetzen. Und das an einem echten Auftrag. Drei Wochen lang diskutieren, designen und formatieren rund 50 angehende gestaltungstechnische Assistenten des Berufskollegs für Technik in Moers. Auftraggeber war das Mehrgenerationenhaus (MGH) St. Josef in Wesel-Schepersfeld, das ein neues Layout für seine Geschäftsunterlagen benötigte und gestern einen Geldpreis in Höhe von 150 Euro für den besten Entwurf verlieh. Ein neues Layout war dringend erforderlich. Denn es gibt das Problem, dass niemand bislang realisiert hat, dass das in Wesel seit Jahrzehnten bekannte „Eltern-Kind-Heim St. Josef“ Teil des MGH ist. Es befindet sich in der Trägerschaft des Sozialdienstes katholischer Frauen. Als im November 2006 das Mehrgenerationenhaus, Am Birkenfeld 14, durch das Bundesfamilienministerium inklusive neuem Logo und neuen Vorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit aus der Taufe gehoben wurde, war das Chaos perfekt. Unübersichtliche Geschäftsbriefe und verwirrte Bürger waren das Ergebnis.

Tipp kam von der Stadt Wesel

„Es musste endlich Ordnung und Klarheit geschaffen werden“, erklärte Ilka Goßens, Koordinatorin des MGH. Vom Kreis Wesel, die wiederum Trägerin des Berufskollegs Moers ist, bekam Goßens 2008 den Hinweis, sich mal mit der Kollegschule in Verbindung zu setzen. Eine richtige Entscheidung: „Die Schüler haben die Probleme sofort erkannt und Vorschläge erarbeitet“, freut sich die junge MGH-Koordinatorin.



Ilka Goßens (oben l.) Koordinatorin des Mehrgenerationenhaus, ist begeistert von den Vorschlägen der Projektgruppe, zu der Julia Sebastian, Joanna Mitriginow, Ricarda Artmann, Tanja Mertzen und Nina Schulten zählen. RP-FOTO: MALZ

Die rund 50 Schüler aus der Oberstufe des Berufskollegs arbeiteten in Gruppen à fünf Personen drei Wochen lang in den Fächern „Gestaltungstechnik“ und „digitale Gestaltungstechnik“ nicht nur an dem Geschäftspapier, den Visitenkarten und Infobroschüren. Die Gruppen erstellten ein Corporate-Design-Handbuch und überarbeiteten den Internet-Auftritt nach den geltenden Kriterien für Generationenhäuser in ganz Deutschland. Im Dezember stellten sie dann dem „Kunden“ Mehrgenerationenhaus ihre Ergebnisse vor.

INFO

Kollegausbildung

Die Ausbildung zum gestaltungstechnischen Assistenten dauert im Moerser Berufskolleg drei Jahre und endet mit dem **Berufsschulabschluss** und der **Fachhochschulreife**, die zum FH-Studium berechtigt. Auch ein direkter Berufseinstieg bei Werbeagenturen oder Druckereien ist möglich.
www.gta-moers.de

In einer Konferenz haben die Abteilungsleiter sich dann für das Konzept von Julia Sebastian, Joanna Mitriginow, Ricarda Artmann, Tanja Mertzen und Nina Schulten entschieden. Sie konnten mit der Farbgestaltung und einem klassischen, aber einprägsamen Layout überzeugen. „Zu jeder Abteilung haben wir beispielsweise ein Bild entworfen. Denn: optische Reize nimmt das Gehirn schon wahr, bevor man liest“, begründete Nina. Der Siegerentwurf soll jetzt von einer Marketingagentur in Voerde weiterentwickelt werden.