



Alles Käse? Ganz im Gegenteil!

Studierende entwarfen Marketing-Konzepte für Leerdammer

„**L**eerdammer – the cheese in your life.“ Von diesem bekannten Slogan des Düsseldorfer Käseherstellers ließen sich Marketing-Studierende von Prof. Dr. Harald Vergossen bei der Untersuchung des Internet-Auftritts im Marketing-Mix inspirieren: „.....the cheese in your web“ war aber nicht alles, auch die Optimierung der Werbung, die Zukunft bestimmter Absatzkanäle und die strategische Weiterentwicklung der Marke wurden diskutiert. Ralf Bornkopp, Key Account Manager des Unternehmens und Absolvent der HN, nahm viele gute und konkrete Vorschläge mit nach Düsseldorf, deren Umsetzung in die Praxis jetzt geprüft wird. Wie über die Käsetheke hinaus

der Supermarkt der Zukunft aussehen kann, erlebten die Studierenden im Future Store der Metro AG in Rheinberg, wobei besonders die Umsetzung des zuvor im Seminar diskutierten Efficient Consumer Response beeindruckte. Nicht nur Konsumgüter, auch Dienstleistungen wie etwa eine Beratung müssen den Kunden nahe gebracht werden – im konkreten Fall Unternehmen in der Euregio Rhein-Maas Nord für ihre grenzüberschreitenden Aktivitäten. Für das vom Mönchengladbacher Immobilienhändler Norbert Bienen geplante Euregio Business Network wurde ein Kommunikationskonzept entwickelt. Und wer weiß, vielleicht war die eine oder andere Idee von den Profis der Düsseldorfer Werbeagentur BBDO inspiriert, die einige Tage zuvor die Studenten hinter ihre Kulissen blicken ließen.