

MD

Marketing Digest

75. Ausgabe Winter 23 / 24



VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser und alle, die dieses Magazin in die Hand nehmen,

vielen Dank, dass ihr uns jedes Semester aufs Neue motiviert das Beste aus dem Marketing Digest herauszuholen. Letztes Jahr durften wir in unserer Sonderausgabe gemeinsam mit euch das 25. Jubiläum der Werbeliebe und das 40 Jahre MD feiern. Zu diesem besonderen Anlass erschien unser Magazin das erste Mal seit der Pandemie wieder in gedruckter Form. Daran wollen wir direkt anknüpfen und präsentieren euch hiermit die 75. Ausgabe des Marketing Digest.

Die dunkle Jahreszeit ist bald vorbei und dennoch wollen wir nochmal einen Blick darauf werfen: Kahle Bäume, Black Friday, Weihnachtszeit, Jahreswechsel, Klausurenphase, Fasnacht und vieles mehr bieten die kalten Tage. In dieser Winterausgabe versuchen wir das letzte halbe Jahr zu belichten und sprechen neben den Essentials für Studenten auch über Luxusmarketing, den Job als Vertriebsleiter bei den Stadtwerken Böblingen, Marketing in der Weihnachtszeit, sowie über wiederkehrende Themen wie ChatGPT. Ebenso dürfen wir in dieser Ausgabe stolz über den, in diesem Semester entstandenen, Podcast der Werbeliebe berichten.

In diesem Sinne, viel Spaß beim Lesen und einen guten Start in den Frühling und das anstehende Semester!

Euer Marketing Digest Team <3

PERSÖNLICHKEITSTEST

Welche Werbekampagne bist du?

Wenn du dir eine **Superkraft** aussuchen könntest, welche wäre das?

- Allwissenheit (B)
- Alles essen können, ohne das einem schlecht wird (C)
- Fliegen (A)
- Nicht altern (D)

Was ist deine **Lernstrategie**?

- Motivation ist alles — und die kommt mit vielen Snacks! (C)
- Die Nacht ist zum Lernen da — Schlafen ist überbewertet (A)
- Wird schon irgendwie... zur Not wird halt geschoben (D)
- Nach den Klausuren ist vor den Klausuren, deshalb sitzt du schon ab der ersten Vorlesung jeden Tag stundenlang in der Bib (B)

Wie würden dich deine **Freunde beschreiben**?

- Abenteuerlustig, energiegeladen, koffeinabhängig (A)
- Ehrgeizig, intelligent, organisiert und das weißt du auch (B)
- Lustig und offen mit ein paar Stimmungsschwankungen hier und da (C)
- Fröhlicher, offener Mensch, der in allem immer das Gute sieht (und das Schlechte erst zu spät erkennt) (D)

Was machst du am liebsten am **Wochenende**?

- Spieleabend mit Freunden (D)
- Feiern gehen (A)
- Backen (C)
- Zocken (B)

Wenn du **in einem anderen Leben ein Tier** wärst, welches wärst du?

- Panda (C)
- Fledermaus (A)
- Fuchs (B)
- Schmetterling (D)

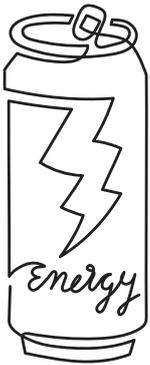
Wie stellst du dir dein **Leben in 10 Jahren** vor?

- Guter Job, schönes Haus, tolle Familie (B)
- Mal gucken was kommt, sich auf etwas festzulegen ist gar nicht meins! (A)
- Am liebsten würde ich eine Bäckerei eröffnen, aber neben einer wohnen, würde es auch schon tun (C)
- Gar kein Plan, so weit im Voraus möchte ich echt nicht planen (D)

Auswertung:

Zähle die Buchstaben die hinter deinen Antworten stehen zusammen. Der Buchstabe, den du am meisten gesammelt hast, steht jeweils für die Werbekampagne, die dich absolut zu 100% perfekt beschreibt und nicht anders ;)





A: Red Bull verleiht dir Flüüüügel!

Deine energiegeladene Persönlichkeit passt perfekt zu der Kampagne von Red Bull, die dir sogar Flügel verspricht. Deine Freunde lieben es, dass du immer bei allem mit voller Energie dabei bist, auch wenn du gerade am Morgen oder nach einer langen Nacht mal die Hilfe von einem Red Bull benötigst. Du träumst groß und hast keine Angst auch mal was zu wagen – wenn Red Bull dir tatsächlich Flügel verleihen würde, hättest du dich mit diesen sofort auf Weltreise begeben.

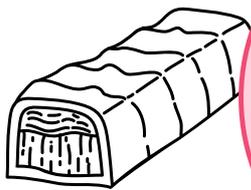
B: Du bist doch nicht blöd!

Der Werbespruch der Mediamarkt Kampagne „Ich bin doch nicht blöd“ spricht dir aus der Seele. Du bist definitiv selbstbewusst und hast vielleicht auch einen kleinen God Complex, bist aber auch wirklich gut in dem, was du machst. All deine Freunde rettetest du durch die Klausurenphase, denn wenn du eins gut kannst, dann ist das gut erklären. In der Vorlesung nur mit Stift und Papier zu sitzen wäre dein größter Hochschul-Albtraum. Deine Technik-Komplett-Ausstattung ist dein ganzer Stolz und ohne Laptop, Tablet, Kopfhörer und Handy macht für dich zur Vorlesung zu gehen gar keinen Sinn.



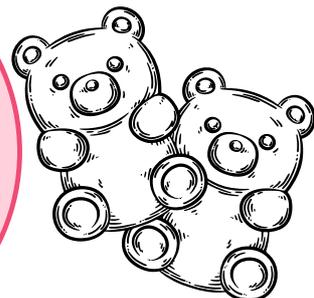
C: Du bist nicht du, wenn du hungrig bist!

Deine Persönlichkeit lässt sich am besten mit der Snickers Kampagne und dem berühmten Spruch „Du bist nicht du, wenn du hungrig bist“ beschreiben. Du bist ein absoluter Sonnenschein, nur wenn das Essen knapp wird, verstehst du keinen Spaß. Doch zum Glück wissen deine Freunde ganz genau, wie sie dich wieder besänftigen können: Snacks :) So kommst du auch durch die Klausurenphase, denn nur wohl gestärkt schreibt man gute Klausurenund lernen am Abend vorher geht am besten mit Hilfe von Stressessen.



D: Haribo macht dich sehr froh, aber Erwachsenwerden gar nicht so!

Dich kann man am besten mit dem berühmten Werbespruch von Haribo beschreiben: „Haribo macht Kinder froh und Erwachsene eben so!“ Dabei gefällt dir Erwachsenwerden so gar nicht, deshalb denkst du am liebsten gar nicht so viel darüber nach. Stattdessen genießt du das Studentenleben in vollen Zügen und bleibst im Herzen eigentlich immer ein kleiner Ersti. Klausuren und Lernen überfordert dich ein bisschen, genauso wie der Gedanke an Steuererklärungen, GEZ und alles was sonst noch zum Erwachsensein dazugehört. Trotzdem gibst du immer dein Bestes und das schätzen deine Freunde auch so sehr an dir. Du bist immer voll mit dabei und verbreitest gute Stimmung!



DEIN WERBELIEBE HOROSKOP 2024



Widder: Yo, Widder! Mega spannendes Jahr mit krassen Abenteuern und fetten Veränderungen, vor allem in Sachen Job, was auf heftige Karriere-Action, neue Ausrichtungen und vielleicht sogar mehr Cash hindeutet. Zeig mal deinen mutigen und ehrgeizigen Vibe, um nicht nur im Job, sondern auch unter Leuten zu rocken. Neue Freunde sind am Start, die könnten echt für's Leben sein. Check besonders den 20. März, da könnte 'ne Sonnenfinsternis sowohl privat als auch beruflich fette Moves bringen. **2024 wird also voll der Abriss mit krassen Entwicklungen für dich**



Stier: Yo, Stier!, check mal: 2024 wird für dich voll der Finanz-Boost dank Uranus ab 27. Januar. Dein Arbeitsethos zahlt sich endlich aus, aber vergiss nicht, auch 'ne chillige Balance zu halten. Ab 28. April geht mit Pluto richtig die Post ab! Singles können Love-Vibes erwarten, und Paare stehen vor big Relationship-Moves. Trotz paar Downs ist das Jahr deine Zeit, das Leben zu rocken. Ab und zu mal den Turbo rausnehmen und Zeit mit den Homies verbringen, nicht vergessen! **Vorfreude auf 'n Jahr voller krasser Überraschungen und neuen Abenteuern**



Zwillinge: Yo, Zwillinge! 2024 wird voll dein kreatives Jahr,! Merkur, dein Boss-Planet, haut richtig Ideen und klare Gedanken raus. Check die Energie und push deine Projekte voran. Im Frühling gibt's Lern-Opportunities und abgefahrene Trips, um deinen Horizont zu erweitern. Sei offen für neue Perspektiven, vor allem in Job und kreativem Stuff. Im Sommer sind deine Kommunikations Skills voll am Start - neue Homies und Connections warten auf dich. Am Ende des Jahres, wenn Merkur mal kurz rückwärts rollt, **nimm dir Zeit zum Chillen und Planen. Bleib flexibel und hol dir jede Chance**



Krebs: Yo, Krebs! 2024 geht's voll ab mit emotionalen Vibes und deepen Gefühlen. Check mal, dieses Jahr ist perfekt, um in deine Gefühlswelt abzutauchen und über dich selbst nachzudenken. Die Sommersonnenwende am 21. Juni ist mega wichtig, könnte den Startschuss für dicke emotionale Moves markieren. Vertief deine Beziehungen, sei es in der Liebe oder mit den Homies, und geh auf 'n neues, intensiveres emotionales Level. Vergiss dabei nicht, auch auf dich selbst aufzupassen. **2024 ist der Shit für Selbstfürsorge und seelisches Wohl. Chill mit Leuten, die dich pushen.**



Löwe: Yo Löwe!, 2024 geht's mit den Beziehungen vielleicht ein bisschen holprig los, aber no stress, das klärt sich schnell. Ab Juli wirst du zum "social butterfly" und fliegst easy durch soziale Interaktionen. Die Sonne, dein Boss-Planet, ballert dir das ganze Jahr mega Energie rein, die in allen Lebensbereichen - Friends, Family, Job, Love - für dicke Veränderungen und persönliches Wachstum sorgt. Nutz die Power, um deine Träume zu realisieren und Ziele abzuräumen. 2024 wird voll lebendig, erfolgreich und persönlich wachstumsgel. **Zeig, was du drauf hast, und bring deine Talente richtig zum Einsatz, um das Maximum aus dem Jahr rauszukitzeln!**



Jungfrau: Yo Jungfrau!, check mal: Du könntest mit 'nem kleinen Husten ins neue Jahr starten und dich generell etwas kränklich fühlen. 2024 wird bei dir voll "Gesund leben und das Leben genießen" viben. Merk dir den 23. August - wenn die Sonne in deinem Sternzeichen abgeht, ist der perfekte Moment, um deinen Lifestyle mit neuen Fitness-Moves oder coolen Ernährungsideen aufzupumpen. Auf der Arbeit wirst du das Jahr mit deinem geordneten, detailverliebten und effizienten Jungfrau-Style rocken. Du kannst Lob und vielleicht sogar 'ne Beförderung abstauben. Auch in Sachen Freunde und Family bist du am Start, **sei aber nicht nur die zuverlässige Schulter zum Anlehnen - gönn dir auch mal Spaß und lass die Haare fliegen!**



Waage: Yo Waage, 2024 wird dein Jahr als der chillige, ausgeglichene Typ! Deine Liebe zu Fairness und Harmony wird in allen möglichen Situationen krass zahlen. In der Liebe geht's richtig harmonisch ab, dank deinem diplomatischen Geschick. Du pusht bestehende Beziehungen und könntest sogar auf neue romantische Abenteuer stoßen. Check den 23. September – die Sonne geht voll in dein Zeichen und verspricht mega Ausgeglichenheit. Jobmäßig bist du voll am Start, um faire Entscheidungen zu treffen und neue Chancen zu nutzen. In der Crew und der Fam übernimmst du die Vermittlerrolle, hältst die Vibes harmonisch und bist da, wenn's mal brennt. **Aber nicht vergessen, auch Zeit für dich selbst einzuplanen**



Schütze: Yo Schütze!, 2024 wird voll dein Jahr als Entdecker! Du suchst nach krassen Erlebnissen, persönlichem Wachstum und dem wahren Selbst. Wenn dich das Fernweh packt, ist jetzt der perfekte Time, um ins Unbekannte zu gehen und Abenteuer zu checken. Die Sonne, als dein Boss-Planet, zeigt dir den Weg. Selbst wenn du mal die Orientierung verlierst, vertrau auf dein Bauchgefühl. 2024 ist die Zeit, deinen Instinkten zu folgen und dich nicht stressen zu lassen. Alles kommt, wenn's dran ist, und Perfektion muss nicht immer das Ziel sein. Das Jahr hat volle Chancen, deinen Horizont zu sprengen. Egal, ob's ums Sprachenlernen, Reisen oder Weiterbildungen geht – du bist ready für alles. **Beruflich stehen 2024 Überraschungen an. Vielleicht kommt 'ne Option für 'nen Jobswitch oder 'ne Weiterbildung**



Wassermann: Yo Wassermann!, 2024 wird dein Jahr der Verantwortung, sowohl im Job als auch im Privaten. Aber mach dir keinen Stress, die Sonne, dein Boss-Planet, ist voll am Start und supportet dich. Im ersten Quartal wird's im Job etwas wild, dank Jupiter, der aus seinem Rücklauf kommt. Es wird zwar anspruchsvoll, aber nach getaner Arbeit ist auch Entspannung drin, Bro. Ab dem 20. Januar bringt Pluto 'nen krassen Wandel in dein Leben. Zeit zum Durchschnaufen und Relaxen. Gönn dir 'ne Pause, sei es mit 'nem Trip oder chilligen Stunden zu Hause, um frische Energie zu tanken. **Liebesmäßig wird's ab Mitte des Jahres spannend. Im Juni gibt's nicht nur Sonnenstrahlen, sondern auch 'ne Prise Erotik**



Skorpion: Yo ,Skorpion!, 2024 wird voll wild, schon im Frühling geht's mit krassen Veränderungen los. Du steigst in 'ne neue Life-Phase ein, kickst im April alte Gewohnheiten und lässt Platz für freshen Stuff. Die Sonne als Boss-Planet zeigt dir den Weg, also vertrau auf dein Bauchgefühl! Am 23. Oktober geht's richtig ab, wenn die Sonne in dein Sternzeichen ballert. Das startet 'ne Phase mit krasser Selbstentdeckung und persönlichem Upgrade, inklusive "Aha"- Momente und life-changing Erlebnisse. Jobmäßig rockst du die Bude mit scharfem Verstand und intuitiver Führung. Zeit für neue Wege und vielleicht 'nen kompletten Job-Glow-up. **Liebe und Beziehungen werden deep, nachdem du zu dir selbst gefunden hast**



Steinbock: Yo Steinbock.! 2024 gehört dir! Im Frühjahr startest du mit voller Power im Job durch, nutz deine Disziplin und Organisationsskills für neue berufliche Moves. Im Herbst hagelt's dann Erfolge – sei bereit für neue Challenges und vielleicht 'nen Upgrade. Dein Durchhaltevermögen wird belohnt! Aber es geht nicht nur um den Job - 2024 ist der Zeitpunkt für mehr Self-Love. Gönn dir Zeit für dich, booste dein Wohlbefinden mit Spaziergängen und chilliger Zeit mit Freunden. Das bringt nicht nur dich, sondern auch deine Beziehungen auf das nächste Level. Perfekte Zeit, um sowohl beruflich als auch persönlich zu growen. Steinbock, schnapp dir **2024 bei den Hörnern und genieß sowohl die Erfolge im Job als auch dein persönliches Glück!**



Fische: Yo Fisch !, 2024 wird 'n Jahr voller spirituellem Wachstum und Selbstfindung für dich. Wenn das letzte Jahr für dich 'n Gefühlschaos war, kannst du jetzt durchatmen: Diese Phase klingt ab und macht Platz für mehr Klarheit und Stabilität in deinem Leben. Der 20. März ist mega wichtig – Frühlings-Tagundnachtgleiche und der Start deines astrologischen Jahres. Das bedeutet 'nen Neuanfang und 'ne Zeit, in der du beruflich und privat durchstarten kannst. Die Sonne, als dein leuchtender Boss-Planet, zeigt dir auch an schwierigen Tagen den Weg. Du machst 'ne stetige persönliche Entwicklung durch, die dich stärker und klüger macht. 2024 sieht echt positiv für dich aus. **Auch wenn's mal turbulent wird und an deinen Nerven zerrt, findest du immer wieder zu deiner inneren Mitte zurück**

FASNACHT

Als was verkleidet sich dein Studiengang?

BWL/ Controlling, Accounting und Finanzmanagement
Panzerknacker



BWL/ Personalmanagement
Prinzessin



BWL/ Steuern und Wirtschaftsprüfung
SWAT



BWL/Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz
90er Jahre Trainingsanzug



BWL/ Marketing
Lara Croft



**BWL/ Media Management und Digital Media
Barbie**



**BWL/ Marketingkommunikation und Digital Marketing
Wilde Kerle**



**BWL/ Marktforschung und Konsumentenpsychologie
Aperol Spritz**



**BWL/ Wirtschaftsinformatik
Mario und Luigi**



LUST AUF SELBST GEMACHTE KERZEN ?

Die Faszination von Duftkerzen geht weit über ihre dekorative Funktion hinaus. Ihre warmen, beruhigenden Düfte können eine gemütliche Atmosphäre schaffen und jeden Raum in ein persönliches Refugium verwandeln. Warum also nicht das Vergnügen genießen, deine eigenen Duftkerzen zu kreieren? In diesem einfachen DIY-Guide für Anfänger nehmen wir dich Schritt für Schritt mit auf eine Reise in die Welt der selbstgemachten Duftkerzen. Bereite dich darauf vor, deine Sinne zu verwöhnen und dein Zuhause mit handgefertigter Gemütlichkeit zu erfüllen.

Schritt 1:

Sammle die Materialien: Bevor du dich in die Kerzenherstellung stürzt, ist es wichtig, alle benötigten Materialien zusammenzustellen. Du wirst benötigen:

- Sojawachs oder Paraffinwachs
- Docht (idealerweise mit Halter)
- Ätherische Öle deiner Wahl
- Hitzebeständige Behälter (Glas oder Metall)
- Doppelter Kessel oder Mikrowelle
- Thermometer
- Rührlöffel

Schritt 2: Wähle deine Düfte aus:

Die Essenz von Duftkerzen liegt in den Aromen, die sie verströmen. Überlege dir, welchen Duft du in deinem Zuhause haben möchtest. Von beruhigendem Lavendel bis zu erfrischender Zitrone - die Auswahl ist grenzenlos. Kombiniere verschiedene ätherische Öle, um deinen eigenen einzigartigen Duft zu kreieren.

Schritt 3:

Vorbereitung des Waxes: Schmelze das Sojawachs oder Paraffinwachs vorsichtig in einem doppelten Kessel oder in der Mikrowelle. Verwende dabei ein Thermometer, um sicherzustellen, dass das Wachs nicht zu heiß wird. Rühre das geschmolzene Wachs gründlich um, um eine gleichmäßige Konsistenz zu gewährleisten.

Schritt 4:

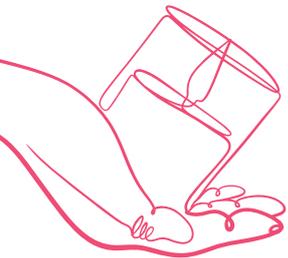
Wickeln des Dochtes: Befestige den Docht in der Mitte des Kerzenbehälters. Verwende einen Docht mit Halter, um sicherzustellen, dass er während des Gießens an Ort und Stelle bleibt.

Schritt 5:

Hinzufügen der Düfte: Sobald das Wachs geschmolzen ist, füge die ausgewählten ätherischen Öle hinzu. Experimentiere mit den Mengen, um den gewünschten Duft zu erreichen. Rühre die Mischung sorgfältig um, um die Düfte gleichmäßig zu verteilen.

Schritt 6:

Gießen der Kerze: Gieße das duftende Wachs vorsichtig in den vorbereiteten Behälter. Lasse die Kerze vollständig abkühlen, bevor du sie anzündest.





Interessierst du dich für Startups, Innovation und den Haufen motivierter Leute da oben?

 **Invest**

Die CK Holding GmbH investiert in innovative Tech-Startups und gründet selbst welche.

 **Startup**

Unser Startup Casablanca entwickelt eine KI, die in Videokonferenzen den Blickkontakt herstellt.

 **Data Driven**

Unsere Firma Omikron verdankt ihren Erfolg der Regel "Data first", die entscheidend für die Wirksamkeit von KI und digitalen Prozessen ist.

Bewirb dich jetzt für Praktika, Werkstudentenstellen oder für Ausbildungen.

Du hast noch Fragen?
Dann melde dich gerne bei Conny: +49 1743472567



CK HOLDING

 **CASABLANCA**

 **Omikron**



CHAT GPT

AI GENERATED

Von ChatGPT

Schüler, Studierende, Wissenschaftler oder auch einfach nur KI-interessierte Menschen – für viele gehört ChatGPT als Chatbot mit Antworten zu nahezu allen Fragen bereits zum Alltag. Aber was steckt eigentlich hinter dem Begriff ChatGPT?

GPT steht für Generative Pre-trained Transformer. Als „generativ vortrainierter Transformer“ ist ChatGPT ein Sprachmodell in der KI, mit dem man „chatten“, das heißt „plaudern“ oder „sich unterhalten“ kann. Die Software entstand im kalifornischen KI-Forschungslabors OpenAI und wurde im November 2022 erstmals veröffentlicht. Seitdem werden stetig Updates für das Programm entwickelt. Es handelt sich dabei um eine Software, die auf dem sogenannten „maschinellen Lernen“ basiert, auch als „Deep Learning“ bezeichnet. Dieses stellt künstliche, neuronale Netze her, die ähnlich wie das menschliche Nervensystem aufgebaut sind.

Ähnlich wie Siri von Apple oder Alexa von Amazon nutzt ChatGPT ebenfalls eine Sprach-KI. Die Software wird ständig weiterentwickelt. Gestartet mit der Sprach-KI „GPT-3“, wurde im Juli 2023 bereits „GPT-5“ beim US-Patentamt angemeldet.

Wir haben ChatGPT darum gebeten uns einen Artikel über Marketing in der Weihnachtszeit schreiben zu lassen. Unsere Eingabe für den Befehl lautete: „Schreibe einen Artikel über Marketing in der Winterzeit“

Der Artikel von ChatGPT 3.5 (2023) – unbearbeitet:

“Marketing in der Winterzeit: Strategien für eine erfolgreiche Saison

Die Winterzeit bietet eine einzigartige Gelegenheit für Unternehmen, ihre Marketingstrategien anzupassen und auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Verbraucher während dieser Jahreszeit einzugehen. Obwohl die Wintermonate oft mit Kälte und Dunkelheit assoziiert werden, birgt diese Zeit des Jahres auch zahlreiche Chancen für Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben und Umsätze zu steigern. Hier sind einige effektive Marketingstrategien, um in der Winterzeit erfolgreich zu sein:

1. Winterliche Themen und Atmosphäre nutzen: Verwenden Sie winterliche Bilder, Farben und Symbole in Ihrer Marketingkampagne, um eine gemütliche und festliche Atmosphäre zu schaffen. Nutzen Sie Bilder von Schnee, winterlichen Landschaften, Weihnachtsdekorationen und warmen Getränken, um die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe zu gewinnen und eine emotionale Verbindung herzustellen.

2. Angebote und Rabatte für die Feiertage: Die Feiertage wie Weihnachten und Silvester sind eine Zeit, in der die Menschen gerne Geschenke kaufen und sich selbst verwöhnen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um attraktive Angebote, Rabatte und Werbeaktionen anzubieten, um Kunden anzulocken und ihre Kaufbereitschaft zu erhöhen.

3. Seasonal Products Launch: Starten Sie spezielle winterliche Produkte oder Dienstleistungen, die perfekt zur Jahreszeit passen. Dies könnte alles umfassen, von saisonalen Speisen und Getränken über winterliche Kleidung und Accessoires bis hin zu Aktivitäten im Freien wie Skiurlauben oder Schlittschuhlaufen.

4. **Social Media und Influencer**

Marketing: Nutzen Sie Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook und Twitter, um Ihre winterlichen Angebote und Aktionen zu bewerben. Arbeiten Sie mit Influencern zusammen, die eine große Anhängerschaft haben und deren Publikum sich mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen identifizieren könnte.

5. **Emotionale Verbindungen**

herstellen: Nutzen Sie die emotionale Dimension der Winterzeit, um eine Verbindung zu Ihren Kunden herzustellen. Betonen Sie Themen wie Familie, Gemeinschaft, Tradition und Wohlbefinden in Ihrer Marketingkampagne, um das Gefühl von Zugehörigkeit und Verbundenheit zu verstärken.

6. **Winterliche Veranstaltungen und**

Aktivitäten: Organisieren Sie winterliche Veranstaltungen oder Aktivitäten, die Menschen zusammenbringen und Ihr Unternehmen bekannt machen. Dies könnte alles umfassen, von Weihnachtsmärkten und Wohltätigkeitsveranstaltungen bis hin zu Workshops und Seminaren zu winterlichen Themen.

7. **Personalisierung und**

Kundenbindung: Nutzen Sie die Winterzeit, um Ihre Kundenbindung zu stärken, indem Sie personalisierte Angebote und Empfehlungen basierend auf den Vorlieben und dem Kaufverhalten Ihrer Kunden anbieten. Dies zeigt Ihren Kunden, dass Sie sie wertschätzen und sich um ihr Wohlbefinden kümmern.

Insgesamt bietet die Winterzeit eine Fülle von Möglichkeiten für Unternehmen, kreative und effektive Marketingstrategien zu entwickeln, um ihre Produkte und Dienstleistungen erfolgreich zu bewerben und den Umsatz zu steigern. Indem Sie die einzigartige Atmosphäre und die Bedürfnisse der Verbraucher während dieser Jahreszeit berücksichtigen, können Sie eine starke Bindung zu Ihren Kunden aufbauen und Ihr Geschäftswachstum vorantreiben.“

Schlussendlich kommt es immer auf eine ethische und verantwortungsbewusste Nutzung der KI an, denn sie lernt unüberwacht durch alle Konversationen. Dieses Lernverhalten kann dazu führen, dass sie ungewollte Sprach- oder Verhaltensmuster lernt. Essenziell für die Nutzung der KI sind daher auch Schutzmechanismen in der Programmierung, die immer feiner ausgearbeitet werden. Auch für welche Aktivitäten wir das Programm verwenden, wird Auswirkungen auf deren zukünftigen Status in der Gesellschaft haben.

WEIHNACHTEN IN 100 JAHREN

Von ChatGPT und Konrad Zerr

Prompt:

Schreibe ein Weihnachtsgedicht, das optimistisch Weihnachten in 100 Jahren beschreibt, in der eine durch die Potentiale der künstlichen Intelligenz glückliche Gesellschaft entstanden ist.

Quelle: ChatGPT 3.5 (2023) – unbearbeitet

„In hundert Jahren, voller Glanz und Licht, Da strahlt die Zukunft, die uns ewig bricht. Ein Weihnachtsfest in künstlichem Glanz, Wo KI uns führt, im harmonischen Kranz.

Die Stadt erstrahlt in digitalem Schein, Lichter tanzen, ein Schimmer so fein. Künstliche Intelligenz, weise und klug, Leitet die Welt, in jedem Augenblick genug.

Roboter singen ein Lied der Harmonie, Die Menschheit vereint, in süßer Melodie. Maschinen, die helfen, ohne Unterlass, Die Welt, die erstrahlt, im KI-Glanz so krass.

Roboter singen ein Lied der Harmonie, Die Menschheit vereint, in süßer Melodie. Maschinen, die helfen, ohne Unterlass, Die Welt, die erstrahlt, im KI-Glanz so krass.

Kein Hunger, kein Leid, in dieser Zeit, Dank künstlicher Intelligenz, weit und breit. Die Menschen, sie tanzen im festlichen Saal, Umgeben von Technik, so wunderbar und loyal.

In den Straßen fliegen autonome Schlitten, Gesteuert von Algorithmen, die niemals mitten. Der Friede regiert, die Herzen in Ruh, Dank der KI, die uns leitet, so schlau.

Gesundheit, Wohlstand, ein Leben voller Glück, Die Technologie schenkt, kein Rückzug, kein Zurück. Mensch und Maschine, im Einklang vereint, In dieser Zukunft, wo die KI uns befreit.

Frohe Weihnachten in hundert Jahren nun, Ein Fest der Liebe, des Friedens im Tun. Dank künstlicher Intelligenz, klug und weise, Gedeiht die Welt in festlicher Reise.“

Weihnachten, wie es sich ChatGPT in 2123 im besten Fall vorstellt, lyrisch ausgemalt. Oder sind es doch eher die letztlich „geklauten“ Gedanken vieler anderer, die in einem großen Datenmodell (einem sogenannten LLM) hinterlegt und innerhalb weniger Millisekunden algorithmisch zu „Neuem“ kombiniert wurden? Wie auch immer: Auch wenn das obige Gedicht nicht besonders originell sein mag, es in manchen Zeilen auch stilistisch wie logisch hakt; ich hätte ein solches in dieser Qualität, wenn überhaupt, so jedenfalls nicht in Sekundenbruchteilen erschaffen können. Dies zeigt: Generative künstliche Intelligenz wie z.B. ChatGPT wird unsere Art, Dinge zu erschaffen und zu arbeiten, grundlegend verändern. Stellen wir uns darauf ein, auch an unserer Hochschule! Der Umgang mit solchen Systemen muss wesentlicher Bestandteil unserer Hochschulausbildung werden.

ERFAHRUNG MIT CHAT GPT PLUGIN DALL-E-3

Das Plugin DALL-E-3 ermöglicht es der KI ChatGPT auch Bilder zu erstellen. Wir haben dieses Feature getestet und versucht es für uns zu nutzen. Leichter gesagt als getan.

1. Versuch: Titelbild

Idee: Tannenbaum mit pinkem Weihnachtsstern auf einer winterlichen Waldlichtung

Wir zeigen hier nur die generierten Bilder, nicht die schriftliche Antwort der KI, da meist nur der Prompt wiederholt wurde.

Du

Bitte generiere ein Bild von einer Tanne in winterlicher eingeschneiter Umgebung mit einem pinken Weihnachtsstern als Spitze

GPT-4



Du (ab hier auf Englisch, da Chat GPT so antwortete)

Please make it more realistic, all trees should have the same height, the tree should have a dark green, please make the time of the day early in the evening, the pink star should have 5 spikes and shimmer a little, please make the picture as a whole, more realistic

GPT-4



Du

I really like the star and the tree structure, but i want the picture to show only one tree with this pink star on top. The height of the firs should be at least 3 meters. The sky should look like your sky in the background, with blue, purple colours, the setting should be natural, like finding the tree with the star on top deeply into the woods on a magical night.

GPT-4



Du (dieser Prompt wurde von Chat GPT erstellt)

In the center of the image stands a grand fir tree, majestic and proud, the uncontested queen of the woodland. It resides in the heart of a dense fir forest, where its siblings grow in perfect symmetry and equality at its side.

The color of the conifers is a deep green with a touch of gray, highlighting their wintry stillness and granting them an expressive, almost mystical, quality. Atop the fir tree sits a strikingly pink, glittering Christmas star, sparkling like a jewel in the twilight. The star is a single accent of warmth and color in the cool winter surroundings. Its rays fracture the light of the not yet fully set sun, which paints the sky in a mosaic of deep purples and dark blues. The transition from day to night is almost tangible, a final gleam of light before the night drapes its cloak over the landscape. The world around the fir tree is silent and tranquil, covered by a thick layer of fresh snow that swathes the ground and branches of the trees in a gentle white. The snow reflects the fading light, lending the scene an extraordinary luminosity. It feels as if one has found a hidden gem deep within the forest - a scene of such pure and untouched beauty, it appears almost magical. Overall, the impression is one of a mysterious, closely guarded place, just waiting to be discovered in the early winter night. The image seems to invite the observer to step into the silence and let the enchantment of the winter landscape wash over them.

GPT-4

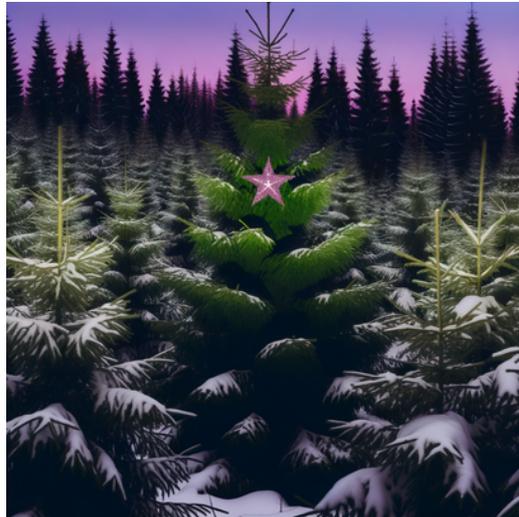


Du

The Setting should be in the twilight. Nearly gone sunset. All firs should have thick fir branches from top to the bottom, the firs should be covered in snow.

The firs should have a green-greyish colour and all have the same tall height. One of the firs should have a subtle but nice, sparkling pink christams stars with 5 spikes on top of it. The setting is in winter, the fir forest is covered in snow.

GPT-4



Du

I want the picture to show only one tree with this pink star on top, the height of the firs should be at least 3 meters high, the sky should look like your sky in the background, with blue, purple colours, the setting should be natural, like finding the tree with the star on top deeply into the woods on a magical night.

GPT-4



2. Versuch: Faschingskostüm Panzerknacker

Du

zeige mir ein Faschingskostüm der Panzerknacker

GPT-4

Ein Foto eines mittelalterlichen Mannes europäischer Abstammung, der ein Faschingskostüm der Panzerknacker trägt:



Eine Zeichnung einer jungen Frau asiatischer Herkunft, die ein Faschingskostüm der Panzerknacker trägt:



Du

Kennst du die Panzerknacker aus Entenhausen von den Comics Lustiges Taschenbuch?

GPT-4

Ja, ich kenne die Panzerknacker aus den Comics "Lustiges Taschenbuch". Sie sind eine Gruppe von Verbrechern aus Entenhausen, die ständig versuchen, Dagobert Ducks Geldspeicher zu berauben.

Die Panzerknacker sind bekannt für ihre schwarz-weißen Gefängniskleidung und ihre Nummern auf der Brust. Sie sind eine der bekanntesten Figuren aus den Disney-Comics.

Du

Sie sind eher für ihre roten Pullis, schwarzen Augenmasken, blauen Jeans, der Nummer auf der Brust und blauen Mützen bekannt, sagt dir das etwas?

GPT-4

Ja, das tut es! Entschuldigen Sie die vorherige Verwechslung. Die Panzerknacker aus den Disney-Comics sind tatsächlich bekannt für ihre charakteristischen roten Pullover mit der Nummer 176-167 (die in verschiedenen Geschichten variiert), schwarzen Augenmasken, blauen Jeans und blauen Mützen. Sie sind ständig auf der Suche nach Möglichkeiten, Dagobert Ducks Geldspeicher zu berauben, was oft zu humorvollen und chaotischen Situationen führt.

Du

Du hast es erfasst, von diesen Panzerknackern hätte ich gerne ein Faschingskostüm, bitte zeige mir ein Beispielbild

GPT-4

Ein Foto eines jungen Mannes afrikanischer Abstammung, der ein Faschingskostüm der Panzerknacker aus den Disney-Comics trägt:



Eine Illustration einer jungen Frau hispanischer Abstammung, die ein Faschingskostüm der Panzerknacker aus den Disney-Comics trägt:



Du

Das 1. Bild gefällt mir sehr gut, kannst du es mir als Ganzkörperbild erstellen und nicht nur im Portraitmodus

GPT-4

Hier ist das von Ihnen angeforderte Ganzkörperbild eines jungen Mannes afrikanischer Abstammung, der ein Faschingskostüm der Panzerknacker aus den Disney-Comics trägt:



Fazit:

Chat GPT kann Ideen umsetzen und Bilder generieren. Hat man allerdings ein festes Bild im Kopf, wird es sehr schwer das mit der KI zu verwirklichen. Zudem gibt einem Chat GPT öfter das Gefühl nicht richtig „zuzuhören“, da es klare Anweisungen nicht wie gewünscht umsetzt.

Witzig finde ich hierbei, dass sich die KI ihrer Fehler nicht bewusst ist. So entsteht z.B.: die Antwort: „[...] inklusive der schwarzen Augenmaske“, obwohl die Augenmaske offensichtlich nicht schwarz ist.

Oft gibt Chat GPT auch mehr als gefordert. Zum einen kann das zu neuen Ideen und Denkanstößen führen, zum anderen „verfälscht“ es manchmal das gewünschte Bild. Dass man nicht auf vorherige Bilder eingehen oder aus diesen heraus ein neues Bild erstellen kann, sondern Chat GPT jedes Mal ein komplett neues Bild erstellt, ist ein klares Defizit in meinen Augen.

Ich bin gespannt, wie sich dieses Tool noch weiterentwickelt. Bisher ist es aus meiner Sicht definitiv noch nicht ausgereift, bietet aber dennoch viel Platz für Kreativität und Spielereien.

Bei diesem Artikel bitte ich zu beachten, dass er sich rein persönliche Erfahrungen dreht. Durch eine andere Herangehensweise an das Verfassen der Prompts werden selbstverständlich andere Ergebnisse erzielt.



Du

Der Bildausschnitt ist einwandfrei. Allerdings ist die Maske nun eine andere, die Original Panzerknacker tragen nur eine schwarze Augenmaske, bitte korrigiere das, aber alles andere soll so bleiben



INTERNSHIPS | WORKING STUDENTS | DIRECT ENTRIES
BECOME PART OF OUR COMMUNITY & CREATE THE BEST VERSION OF YOURSELF.

All I
need is:

1. You
2. —

SAY HI TO ...



lhea.nitsche@liganovagroup.com

VIA WHATS APP
+49 15201876821

READ ON!



STAY CONNECTED



LIGANOVA IS A LEADING
AGENCY GROUP FOR
IMPACTFUL BRAND EXPERIENCES. WORKING
FOR THE MOST GLOBAL LEADING BRANDS. WE
ALWAYS THINK NEXT, EMBRACE SUSTAINABILITY,
LOVE INNOVATION & LIVE THE ZEITGEIST.

A hand is shown holding a glowing lightbulb. The lightbulb is illuminated from within, casting a warm, golden glow. The background is a soft-focus green with numerous bokeh light spots, suggesting an outdoor setting with sunlight filtering through trees. The overall mood is one of inspiration and expertise.

EXPERTEN

WEIHNACHTSKOMMUNIKATIONS WUNDERLAND

Von Frau Prof. Dr. Anja Spilski

Weihnachten – Emotionen, wohin man schaut. Grundsätzlich wird Weihnachten als Fest der positiven Emotionen gefeiert: Fest der Vorfreude und Freude, des Zusammenkommens der Familie, Zeit für Besinnung, nostalgische Gefühle, strahlende Kinderaugen, stimmungsvolle Weihnachtsmärkte, Weihnachtsbeleuchtung und Weihnachtslieder. Immer öfter jedoch wird Weihnachten auch als Zeit weniger positiver oder sogar negativer Empfindungen erlebt: Stress mit Geschenken, Streit bei Familienbesuchen, als überholt erlebte Rituale, Ablehnung der Kommerzialisierung des Festes.

Bei all dem spielt auch das „Weihnachtmarketing“ eine große Rolle – Marketingstrategien, die darauf abzielen, die (positiven) Emotionen der Konsumenten anzusprechen und Produkte und Dienstleistungen darauf ausgerichtet zu präsentieren. Das Weihnachtsgeschäft macht für viele Unternehmen einen großen Anteil des Jahresumsatzes aus. Manche Branchen, wie die Spielwarenindustrie, der Buchhandel oder die Uhren-/Schmuckbranche, erwirtschaften bis zu einem Viertel ihres Jahresumsatzes im November und Dezember (HDE, 2023). Alle Marketing-Mix-Instrumente sind hier im Einsatz. Einige Beispiele:

Produktprogramm: Als erstes denkt man sicherlich an die besonderen Weihnachtsprodukte im Lebensmittelbereich,



z.B. Weihnachtsgebäck und -süßwaren. Oder an typische Dekorationsartikel wie Christbaumschmuck, Lichterketten, Weihnachtsbäume und Geschenkpapiere. Aber auch viele reguläre Produkte erscheinen in speziellen Weihnachtseditionen und -verpackungen. Markenspezifische Adventskalender sind inzwischen sehr verbreitet: 50 % der Befragten in einer Statista-Studie (2023) kaufen sich einen Adventskalender oder erhalten einen als Geschenk. Im Handel wird eine spezielle Weihnachtsdekoration und -beleuchtung installiert. Nicht zu vergessen ist das Gutscheingeschäft. Angebote werden weihnachtlich durch die Nutzung der sensorischen Eigenschaften, z. B. symbolische Formen (Sterne, Tannen, Schneeflocken), Farben (grün, rot, golden, weiß), Musik (traditionelle Weihnachtsmusik, aber auch Weihnachtssongs in vielen Stilrichtungen), watteweiche Weihnachtsworte (Lichterglanz, klammheimlich, himmelhochjauchzend, klingeling), Düfte und Geschmack (Zimt, Anis), um einige Klassiker zu nennen. Auch durch die Anlehnung an religiöse oder weltliche Weihnachts- und Wintersymbolik (Engel, Weihnachtsmann, Schneemann, Rentiere) oder die Anlehnung an bekannte Weihnachtsgeschichten oder -filme können Produkte weihnachtlich „aufgeladen“ werden.

Preispolitik: Hier geht es sicherlich um spezielle Weihnachtsangebote in Form von Rabatten, aber um das gezielte Nutzen von Preisspielräumen

und Preisbereitschaften für besonders gestaltete und verpackte Produkte und die zeitliche Preisdifferenzierung wie z.B. beim Last-Minute-Geschenkekauf. Interessant ist es, wie sich das vorweihnachtliche Geschäft zunehmend auf Preisevents wie Black Friday und Cyber Monday konzentriert (64 % der Befragten einer Studie kaufen beim Black Friday Sale vor allem Weihnachtsgeschenke, Black Friday GmbH, 2021). Relevant ist auch die Preispolitik nach Weihnachten, insbesondere mit starker Rabattierung bei speziellen Weihnachtsprodukten wie Süßwaren.

Distribution: Ab wann bringt man die Weihnachtsangebote in den Markt? Hier kommt immer wieder der Eindruck auf, dass die Weihnachtsprodukte immer früher in den Handel kommen. Tatsächlich erfolgt die Listung von Weihnachtsprodukten normalerweise in der Kalenderwoche 35 (je nach Jahr Ende August/Anfang September) (Allmann, 2018). Nach einer Umfrage von Yougov (2023a) hatten immerhin bereits 20 % der Befragten weihnachtliches Gebäck innerhalb der ersten Wochen gekauft, in denen dieses in den Supermärkten erhältlich war. Andere Fragen betreffen die Lieferzeiten und Liefergarantien (noch rechtzeitig vor dem Fest), die Kommunikation von „Last-Minute-Öffnungszeiten“, die Kalkulation der Produktions- und Liefermengen, damit nach Weihnachten nicht zu viele Produkte übrigbleiben, sowie die Verhandlungen mit dem Handel über Sonderplatzierungen und besondere Herausstellung der markenspezifischen Weihnachtsprodukte.

Weihnachtskommunikation: Das für die Werbeliebenden sicher spannendste Element sind die vorweihnachtlichen Kommunikationsstrategien der Unternehmen. Wir wollen uns hier

vorwiegend auf die sog. „Christmas adverts“ konzentrieren. Diese sind inzwischen für viele Marken, insbesondere für die Einzelhandelsunternehmen, zu einer Art „Muss“ in der Vorweihnachtszeit geworden. Welche Botschaften vermitteln diese Spots und welche Botschaften sollten Sie vermitteln? Um diese Fragen zu beantworten, sollte man sich zuerst fragen, was Menschen überhaupt mit Weihnachten verbinden (Gierl, 2021).

a) Menschen könnten in erster Linie an den religiösen Hintergrund von Weihnachten denken. In einer Studie gaben 25 Prozent der Befragten „weil ich an Jesu Geburt denke“ als Hauptgrund an, warum sie Weihnachten feiern (Chrismon.de, 2018). Der christlich-religiöse Hintergrund von Weihnachten ist die Menschwerdung Gottes. Religiöse Symbolik wird zwar durchaus in der Werbung verwendet, allerdings ist damit häufig Kritik an der Ausnutzung oder sogar Verunglimpfung religiöser Motive verbunden – Gierl (2021, S. 7) spricht sogar von einem „Tabu“ der Nutzung religiöser Symbolik zu Weihnachten. Die nachfolgenden beschriebenen Themenbereiche werden daher deutlich häufiger in der Weihnachtswerbung verwendet.

b) Menschen könnten bei Weihnachten vor allem an das Thema Schenken und Beschenktwerden denken. Schenken ist ein sozialer Akt. Man will anderen eine Freude bereiten, sich deren Sympathie sichern oder sich bedanken oder man empfindet das Schenken zu Weihnachten als soziale Pflicht. Menschen können sich auch selbst beschenken, um sich zu belohnen (Gierl, 2021). Dementsprechend können Weihnachtsspots erzählen, welche Produkte geeignete Geschenke sind oder welche Produkte zu einem gelungenen Fest beitragen. Beispiele sind die Süßwaren-Spots (z.B. „Was wäre Weihnachten ohne Kinder“), Spots, in denen Menschen anderen Produkte als Geschenke überreichen, oder Spots, in denen der Weihnachtsmann auftritt. In der schon erwähnten Studie gaben nur vergleichsweise wenige der Befragten das Schenken (10 %) oder das Erhalten von Geschenken (5 %) als Hauptgrund an, warum sie gern Weihnachten feiern (Chrismon.de, 2018; hier wurden Menschen ab 14 Jahren befragt). Andererseits geben die Menschen pro Kopf in Deutschland durchschnittlich 250 Euro für Weihnachtsgeschenke aus (EY, 2023a).

Eine besondere Balance zwischen der Werbung für Produkte und weihnachtlichem Flair gelingt regelmäßig der britischen Einzelhandelsmarke John Lewis, deren Storytelling und Coversongs in den Weihnachtsspots inzwischen Kult sind.

„In den letzten zehn Jahren war die alljährliche

Ausstrahlung der John Lewis & Partners-Werbung nicht nur ein zufälliger Leckerbissen im linearen Fernsehen, sondern für einige treue Zuschauer ein fester Bestandteil ihrer Weihnachtstradition.

Das Unternehmen ist mittlerweile selbst ein Fallbeispiel, wenn es um Weihnachtsanzeigen geht und darum, wie man eine Werbekampagne in ein Erlebnis verwandelt.“ (Amazon Ads, 2024). Hier geht es oft um das perfekte Geschenk, erzählt in einer hochemotionalen Geschichte, zum Teil im Rahmen sozialer Themen wie Freundschaft, Sehnsucht, oder Einsamkeit. Einige Beispiele (jeweils adaptierte Spotbeschreibungen nach John Lewis, 2024):

John Lewis (2013, „The Bear and the Hare“): Die Geschichte eines Bären, der Winterschlaf hält, während sein bester Freund, ein Hase, traurig ist, dass der Bär niemals die Freude von Weihnachten erlebt. Während die anderen Waldtiere den Baum schmücken und Geschenke einpacken, schläft der Bär in seiner Höhle und wacht am Weihnachtsmorgen zur Freude des Hasen auf – weil ihm dieser einen Wecker zum Geschenk gemacht hat.

John Lewis (2015, „The Man on the Moon“): Durch ihr Teleskop sieht ein Mädchen einen einsamen alten Mann auf dem Mond und macht sich daran, ihm ein Weihnachtsgeschenk zu machen - ein eigenes Teleskop, damit er sehen kann, dass er nicht allein ist.

John Lewis (2016, „Buster the Boxer“): Der Hund Buster sieht frustriert zu, wie Füchse, Dachse, Igel und Eichhörnchen an Heiligabend in seinem Garten auf einem kürzlich aufgebauten Trampolin hüpfen. Am nächsten Morgen stürmt Buster an dem kleinen Mädchen vorbei, dessen Weihnachtsgeschenk das Trampolin eigentlich ist – voller Freude, dass er endlich an der Reihe ist.

Wecker, Teleskop, Trampolin - als Einzelhändler vermarktet John Lewis

die gezeigten Produkte, sie wurden in dem entsprechenden Erscheinungsjahr des Spots verstärkt beworben. Dazu kommt, dass zu den Figuren der Spots (z.B. Pinguin Monty, Drache Edgar) viele Merchandising-Artikel (Kuscheltiere, Kleidung, Schreibwaren, Bücher) erhältlich sind. Doch viele Marken nutzen zunehmend eine dritte Kategorie von Weihnachtsspots, in denen es um die Selbstreflexion der Menschen geht und die weniger oder kaum Produktbezug aufweisen (Gierl, 2021).

c) Menschen könnten an die Emotionen und Werte denken, die man typischerweise mit Weihnachten verknüpft, nämlich Besinnlichkeit, Beisammensein, Freude bereiten, einander helfen.

Einige der bekanntesten – über die religiöse Geschichte hinausgehenden – Weihnachtsgeschichten beschäftigen sich auch damit, wie sich Menschen durch die Werte, die Weihnachten widerspiegelt, in ihrem Verhalten verändern. Beispiele sind „A Christmas Carol“ von Charles Dickens, wo sich Scrooge von einem geizigen zu einem großzügigen Menschen verändert. Oder „Der kleine Lord“ (ein Weihnachtsfilmklassiker), wo sich ein hartherziger Großvater durch den Einfluss seines Enkels zu einem Menschenfreund und Familienmensch entwickelt. Solche Geschichten, die zum Nachdenken anregen, finden sich auch in der Weihnachtswerbung: anderen Menschen helfen und ihnen Freude bereiten, an Märchen und „Unmögliches“ glauben und dieses verwirklichen, auf (fremde) Menschen zugehen und Zeit mit ihnen verbringen, Einsamkeit bekämpfen und füreinander da sein (Gierl, 2021). Dies passt zu dem mit großem Abstand meistgenannten Grund, warum Menschen Weihnachten feiern: „weil die Familie zusammenkommt“ (69 % der Befragten nennen dies, Chrismon.de, 2018). Einige Beispiele:

DocMorris (2023, „Herzensangelegenheit“): Ein Großvater beginnt, täglich mit einem sehr schweren Gewicht zu trainieren. Er wird belächelt und für verrückt gehalten. Aber er wird immer fitter und stärker. Am Weihnachtsabend zeigt sich, wofür er trainiert hat: Er schenkt seiner Enkelin einen Stern und schafft es, sie hoch zur Spitze des Weihnachtsbaums zu heben, damit sie den Stern dort anbringen kann.

Edeka (2017, „2117“): Eine dystopische Szenerie, Menschen wurden fast vollständig durch Roboter und KI verdrängt. Aber ein kleiner Roboter entdeckt erst Hinweise auf Weihnachten aus der Zeit der Menschen und dann später eine menschliche Familie, die Weihnachten feiert. Er wird von ihnen willkommen geheißen mitzufeiern.

Edeka (2015, „Heimkommen“): Ein älterer Herr erfährt, dass seine Kinder und Enkel ihn zu Weihnachten nicht

besuchen werden. Daraufhin täuscht er seinen Tod vor, so dass sich alle zur Beerdigung zusammenfinden. Sie treffen sich im Zuhause des Vaters/Opas, der sie lebend vor einem festlichen Mahl begrüßt und ihnen klar macht, dass dies der einzige Weg war, die Familie an Weihnachten zusammenzubringen.

John Lewis (2022, „The Beginner“). Ein Mann versucht das Skateboardfahren zu erlernen, handelt sich eine Verletzung nach der anderen ein, macht aber trotzdem weiter. Später klingelt es an der Tür und er begrüßt ein Mädchen mit einem Skateboard in der Hand – er hat Skaten gelernt, um eine Gemeinsamkeit mit seinem neuen Pflegekind zu finden.

In diesen Beispielen tauchen zwar auch Produkte auf, jedoch sind diese Nebensache. Sie werden nicht als Geschenkmöglichkeiten gezeigt, sondern sind (allenfalls) dafür da, die Werte, die in der Geschichte gezeigt werden, zu ermöglichen und zu verdeutlichen. Manchmal kommen überhaupt keine Produkte vor, wie bei Penny (2022, „Der Wunsch“), wo in einem Gespräch zwischen Mutter und Sohn zusammenfasst wird, was Jugendliche in den zwei Jahren der Covid19-Pandemie alles verpassen mussten. Verbunden mit Spenden („Wir wollen euch ein Stück eurer Jugend zurückgeben und verschenken 5000 unvergessliche Erlebnisse“) gehen Spots wie dieser noch stärker in Richtung „Purpose Marketing“ und „CSR“.

Wenn das Produkt keine Rolle spielt, findet sich jedoch oft Kritik, beispielsweise: „Mit dem Produkt von ... hat das nur entfernt zu tun; es ist nichts weiter als der alljährliche Kampf um Rührseligkeit, Tränen“ (Koch, 2023). Ein anderer Balanceakt besteht bei Spots, die an Weihnachten das Thema „Ängste und Armut“ in den Fokus rücken möchten, dabei aber keine verstörenden Bilder zeigen wollen. Die Meinung einer Horizont-

Redakteurin: „... wenn man sich schon dazu entschließt [als Marke soziale Probleme anzusprechen], dann könnte man den Blick auch auf echte Not richten anstatt auf die in den Fokus rücken möchten, dabei aber keine verstörenden Bilder zeigen wollen. Die Meinung einer Horizont-Redakteurin: „... wenn man sich schon dazu entschließt [als Marke soziale Probleme anzusprechen], dann könnte man den Blick auch auf echte Not richten anstatt auf die Alltagsprobleme von ohnehin privilegierten jungen Menschen.“ (Sonnenschein, 2023).

d) Menschen könnten an Weihnachten als ein Ereignis denken, das gemischte Gefühle hervorruft. Weihnachten erzeugt oft Mixed emotions. Auf die Frage: „In gut vier Wochen ist Weihnachten. Freuen Sie sich auf die Festtage?“ antworteten immerhin 39 Prozent der Befragten in einer Yougov-Studie (2023b) mit „teils/teils“. Zwischenmenschliche Beziehungen können positive Emotionen hervorrufen (geteilte Freude, Liebe, Zusammensein, Heimkommen), aber auch negative Emotionen (traurige Erinnerungen, nervige Familienrituale, erlebte Verpflichtungen und Wettbewerb beim Schenken) (Gierl, 2021). Das Feiern des Weihnachtsfests ist schön, die Vorbereitung kann jedoch als harte Arbeit und Stress empfunden werden. Mit der Familie zusammenkommen kann schön sein, mit der Familie zusammen sein und die verschiedenen Eigenheiten aushalten, kann jedoch auch als unangenehm erlebt werden. Auch in der Weihnachtswerbung finden sich solche Themen, z. B. in den aktuellen Spots von MediaMarkt (2023, „Driving home to fix this“) und Telekom (2023, „Questions that matter connect us more“). Der MediaMarkt-Film zeigt eine Frau, die an Weihnachten von jedem Familienmitglied um Hilfe mit einem technischen Gerät gebeten wird und dies zunehmend als nervig empfindet. Der Telekom-Film zeigt einen jungen Mann, der von jedem Familienmitglied mit unangenehm empfundenen, sehr persönlichen Fragen traktiert wird, bevor ihn seine Oma fragt „Bist du glücklich?“.

Vorteilhaft kann daran sein, dass die Kitsch-Spur vermieden werden kann, da eben nicht alles in „Glitzerzuckerwatte“ gepackt dargestellt wird. Jedoch ist die Gratwanderung hier besonders schwierig – ein Balanceakt zwischen dem Zeigen von Verständnis für die Zielgruppe und der Anbieterung bei der Zielgruppe. Zudem besteht die Mechanik offenbar darin, mit dem Produkt eine Art „Lösung“ anzubieten: Der Spot erzeugt ein Spannungsgefühl durch positive und negative Szenen, und dieses Spannungsgefühl soll mithilfe des Produkts aufgelöst werden (Gierl, 2021). So bietet sich MediaMarkt als Problemlöser für die Hilfe in technischen

Servicefragen an, was sicher nachvollziehbar ist. Die Lösung, die die Telekom in der obigen Szene anbietet, ist dagegen weniger verständlich (Koch, 2023).

Insgesamt lassen sich verschiedene Mechaniken zusammenfassen, die in Weihnachtsspots immer wieder zum Einsatz kommen:

Häufige Charaktere sind Kinder im Kontext anderer Familienmitglieder. Ältere Menschen werden in verschiedenen Altersbildern dargestellt – zum Beispiel als einsame Ältere, die errettet werden müssen („Man on the Moon“ von John Lewis) oder als kränkliche oder gelangweilte Ältere, die sich eigenständig aufraffen, um weiter am Leben teilzuhaben („#Herzensangelegenheit“ von DocMorris, „Joy ride“ von Amazon). Auch Tiere werden oft als Charaktere verwendet, durch die nach Art von Fabeln indirekt menschliche Eigenschaften vermittelt werden sollen.

Lernen am Modell/Beobachtungslernen spielt eine große Rolle, indem Situationen gezeigt werden, die Menschen nachahmen möchten.

Emotionen sollen ausgelöst werden durch das Kindchenschema bei Menschen und Tieren, Nostalgie, Weihnachtsklänge durch Musik und Weihnachtsworte.

Purpose Marketing zieht in Form der Ansprache sozialer Themen in die Weihnachtswerbung ein.

Produkte werden als Lösungsangebot für emotionale Konflikte inszeniert.

Gängig ist die Nutzung einer jährlich völlig neuen Geschichte. Andererseits können Marken jahrelang ähnliche Elemente zeigen (z.B. Eisbären, Weihnachtstruck, Weihnachtsmann bei Coca Cola) und diese immer wieder neu inszenieren. Der Marketingchef von Coca Cola: „Weihnachten ist seit 1931 ein ikonischer Moment für Coca-Cola. Jedes Jahr versuchen wir, ein wenig moderner zu werden, wobei wir die Ikonizität unserer wichtigsten

Symbole beibehalten und uns gleichzeitig neu erfinden.“ Ein Beispiel ist die Umwandlung der klassischen Weihnachtstrucks in Elektrofahrzeuge (Amazon Ads, 2024). Eine interessante Entwicklung ist das Brechen mit traditioneller Weihnachtssymbolik, wie man es im dem 2023er John Lewis-Spot sehen konnte. Hier möchte ein Junge seine geliebte fleischfressende Venusfliegenfalle als Weihnachtsbaum, jedoch hat die Familie damit ihre Probleme und verbannt „Snapper“ in den Garten. Erst nach und nach erkennt sie, dass Snapper auf seine Art perfekt ist und lernt, ihre Traditionen anzupassen. Auch das „Genervt-sein-vom-helfen-müssen“ im MediaMarkt-Spot geht eigentlich den traditionellen Werten von Weihnachten entgegen. Es bleibt zu beobachten, ob sich solche Tendenzen weiter zeigen.

Viele weitere Themen sind im Zusammenhang mit Weihnachten interessant. Dazu gehören, weitere Marketingkommunikationsinstrumente, die die aufwendigen Weihnachtskampagnen ergänzen, z. B. Content Marketing. Spannend sind spezielle Weihnachtszielgruppen und Personas, das Thema „Verweigerung“ gegenüber Weihnachten aufgrund der zunehmend wahrgenommenen Kommerzialisierung oder alle Fragen rund um die Themen Rituale und ritualisierter Konsum. Warum richten sich Menschen nach all den Weihnachtstraditionen? Wer bleibt bei speziellen Ritualen und wer wendet sich davon ab, und warum? Weihnachtsessen, -filme, „Last Christmas“, Beleuchtungswettbewerbe, Adventskranz und Schwibbogen, Adventskalender, Weihnachtspullover, Glühwein auf dem Weihnachtsmarkt und Weihnachtsfeier, Wunschzettel, Weihnachtspostamt, perfekter vs. zu kleiner/großer/spärlicher Weihnachtsbaum und zu welchem Zeitpunkt er aufgestellt wird, Einpackaufwand und Klebebandverbrauch, Überreichungs- und Auspackrituale usw. Und vor allem die Fragen zum Schenken und Beschenktwerden (Givi et al., 2022): Lieber geäußerte Wünsche erfüllen oder ein Überraschungsgeschenk? Sind Gutscheine- oder Geldgeschenke wirklich „uninspiriert“, wenn immerhin 44 Prozent diese als Geschenk planen (EY, 2023b)? Und muss man ungeliebte Geschenke behalten („ja“ = 22 %) oder darf man sie weiterverschenken („ja“ = 25 %), umtauschen („ja“ = 16 %), verkaufen („ja“ = 11 %) oder gar wegwerfen („ja“ sagen nur 2 %) (Yougov, 2016)?

Diese und weitere Themen sind spannend aus Sicht des Marketings, der Marketingkommunikation und der Konsumentenverhaltensforschung. Und in diesem Sinne gilt: Nach dem Weihnachtsfest ist vor dem Weihnachtsfest!

INTERVIEW

Mit Denis Muratćehajić

Was haben Sie studiert?

Mein Studienweg begann mit einem Bachelorabschluss im Marketing an der Hochschule Pforzheim im Jahre 2013, gefolgt von einem Master in Management an der renommierten Universität Mannheim sowie an der NOVA School of Business and Economics in Lissabon 2015. Momentan vertiefe ich meine Expertise im Rahmen eines spannenden Promotionsstudiums an der ISCTE Business School in Lissabon in Marketing (PhD).

Wie sind Sie nach dem Studium in die Arbeitswelt eingestiegen?

Mein nahtloser Übergang in die Arbeitswelt begann mit einem Praktikum und der Anfertigung meiner Masterarbeit bei Horváth Management Consultants. Diese Erfahrungen ebneten mir den Weg zu meiner ersten Stelle als Consultant im Unternehmen. Dank der persönlichen Empfehlung meines Mentors war keine förmliche Bewerbung nötig. Spätere Arbeitgeberwechsel fanden vor allem durch Headhunter oder persönliche Empfehlungen statt.

Wo arbeiten Sie aktuell und welche Tätigkeiten erledigen Sie dort?

Aktuell bin ich Leiter des Vertriebs bei der SWBB, den Stadtwerken Böblingen, einer Beteiligung der EnBW. Ich arbeite sehr eng mit dem Marketing-Team zusammen, da neue Kampagnenideen immer in gemeinsamen Workshops mit dem Marketing entstehen.



Welches Erlebnis ist Ihnen bis heute im Gedächtnis geblieben?

Ein besonders prägendes Erlebnis während meiner beruflichen Laufbahn war mein erstes großes Projekt als Consultant im Vertrieb der Lufthansa. Dabei erlangte ich wertvolle Einsichten, insbesondere im Hinblick auf die Sicherstellung hoher Qualität in Konzepten, was zu bedeutenden Lernerfahrungen führte.

Des Weiteren bleibt mir ein Meeting während meines Praktikums besonders in Erinnerung, da mein Mentor mich dabei in die Kunst des Storytellings bei der Beratung einführte. Ein wichtiger Erfolgsfaktor im Consulting ist wie man die Beratungsleistung und das Konzept „verpackt“ und welche Geschichte man adressatengerecht vermittelt.

Meine ersten „Fails“ in der Moderation von Workshops oder bei der Erstellung und Präsentation von Sales Pitches werde ich nie vergessen. Diese haben mich sehr geprägt und waren ein wichtiger Bestandteil meiner Weiterentwicklung.

Welche Fähigkeiten sollte eine Person besitzen, damit Sie geeignet für den Vertrieb wäre?

Ein zukünftiger Vertriebler sollte eine starke Kundenorientierung im Kundenservice, bei der Entwicklung neuer Produkte, sowie in den Vertriebsgesprächen besitzen.

Ein sogenannter „Hunting-Spirit“, also den Willen mehr zu wollen bzw. mehr zu verkaufen, ist meiner Meinung nach sehr wichtig.

Eine gewisse Wirtschaftsorientierung, also „Wie kann ich mehr Umsatz machen, ohne unbedingt mehr Geld auszugeben?“ sollte gegeben sein.

Natürlich sollten auch Kreativität und Flexibilität, um auf kurzfristige Entwicklungen auf dem Markt zu reagieren, vorhanden sein.

Und Zahlenaffinität zur Steuerung des Vertriebs, sowie die Ableitung von Pain Points aus den Kunden- und Marktdaten, wäre von Vorteil.

Auf welche Leistung sind Sie besonders stolz?

Besonders stolz bin ich auf die fachliche und persönliche Weiterentwicklung in den zurückliegenden Jahren. Insbesondere die ersten 5 Jahre im Consulting mit einer steilen Lernkurve, aber auch der Wechsel in das Sales & Marketing der EnBW mit meiner ersten Führungserfahrung, erfüllen mich mit Stolz. Meine sehr spannenden Lehrtätigkeiten als Dozent für Pricing, Innovation und Vertrieb an meiner alten Wirkungsstätte, der HS Pforzheim, müssen natürlich auch erwähnt werden. Meine berufsbegleitende Promotion an der

ISCTE in Lissabon mit dem Schwerpunkt Kundenbindungsmanagement empfinde ich ebenfalls als wichtige und bedeutende Leistung. Und schließlich, dass ich trotz allem Druck und hohen Ansprüchen immer auch partnerschaftlich, menschlich und humorvoll geblieben bin und meine Kollegen mich dafür sehr wertgeschätzt haben.

Wie schaffen Sie es trotz Ihres anspruchsvollen beruflichen Umfeldes privat abzuschalten?

Trotz des hohen Workloads für die Vertriebsleitung, die Lehre sowie Promotion, ist es sehr wichtig, dass man sich gezielt Verschnauaufpausen einplant. Durch die Vielzahl an neuen Eindrücken, bei kurzen Städtereisen, schalte ich am besten ab. Außerdem fahre ich mindestens einmal im Jahr für eine Woche in meine Heimat Bosnien (z.B. Sarajevo, Mostar) oder auch in die Nachbarländer Kroatien oder Serbien. Dort verbringe ich gerne auch mal Zeit in der Natur, da es haufenweise atemberaubende Nationalparks gibt. Des Weiteren erfreue ich mich an der Herzlichkeit der Menschen und dem grandiosen Essen, wie Cevape. Mir ist ein guter sportlicher Ausgleich durch Fußball, Tennis, Fitnessstudio oder auch mal in die Berge zu gehen, sehr wichtig.

Ansonsten erden mich auch immer wieder meine Freunde mit denen ich auch ab und an ins Irish Pub oder Mocca in Pforzheim gehe. Natürlich gehe ich auch gerne essen. Glücklicherweise gibt es in Pforzheim und in der Umgebung mittlerweile sehr gute Restaurants. Am liebsten bestelle ich mir eine gute neapolitanische Pizza oder einen leckeren Burger.

Haben Sie Tipps für unsere Studenten?

Ihr solltet neben dem Pflichtpraktikum unbedingt auch weitere praktische Erfahrungen, durch zum Beispiel Werkstudententätigkeiten, sammeln. Probiert euch in verschiedenen Branchen aus, um in möglichst vielen Bereichen Einblicke zu erhalten. Für den Berufseinstieg braucht ihr in einigen Branchen, wie im Konsumgüterbereich (FMCG) oder auch für die Beratung und Werbebranche, schon eine gewisse Vorerfahrung. Bereits für die Bearbeitung der Thesis ist es sinnvoll ein Thema für das ihr brennt zu finden. Gerade für den Berufseinstieg ist es wichtig sich durch Praktika, Hochschulinitiativarbeit, Freizeitaktivitäten, eure Thesis oder besondere Tätigkeiten, von der Masse abzuheben. Ihr solltet im späteren Berufsleben einen Plan, wofür ihr etwas tut oder eine neue Stelle antretet, haben. Stellt euch die Frage: „Was könnte euer nächster Schritt sein?“

Ihr seid selbst eure Karrieremanager und solltet nicht vom Unternehmen erwarten, dass sie euch entwickeln.

Wir haben dieses und auch letztes Jahr in den Nachrichten gehört, dass es Gasprobleme gibt. Kam es zu Veränderungen für die Stadtwerke Böblingen im Jahre 2022/2023 aufgrund des Russland-Ukraine-Krieges?

Ja. Kurzzeitig drohte eine Gasmangellage und LNG-Terminals wurden kurzfristig zu hohen Kosten errichtet. So gab es aufgrund der massiven Erhöhung der Beschaffungspreise für Strom und Gas vom Jahr 2022 auf das Jahr 2023 Preiserhöhungen von mehr als 100%. Dadurch haben wir viele Kunden verloren. Zum Strom muss man noch sagen, dass es teilweise preislich an Gas gekoppelt ist. Ich trat meine Arbeit erst im Mai 2023 an und musste seither viel in die Bindung der noch verbliebenen Kunden investieren. Ebenfalls wurde der Energievertrieb für zwei Jahre ausgesetzt und ich musste im vergangenen Jahr den Neukundenvertrieb komplett neu aufbauen. Dies war eine spannende, aber auch sehr herausfordernde Aufgabe. Hierbei war mir wichtig, dass ich das gesamte Team mit auf die Reise nehme und bei Ihnen ein „Feuer“, für die noch unbekannt Themen für mein Team, entfache. Hierfür konnte ich viele wertvolle Erfahrungen von der EnBW in die Stadtwerke mit einbringen.

Hat Weihnachten einen Einfluss auf Ihre Arbeit bei den Stadtwerken Böblingen?

Ja, insbesondere der Jahresendspurt hat große Auswirkungen auf den Vertrieb der SWBB, da typischerweise Preisanpassungen durchzuführen sind und meist neue gesetzliche Anforderungen zum 01. Januar umgesetzt werden müssen.

Dies geschieht leider oftmals kurz vor Weihnachten. Ansonsten fahren wir gerne vorweihnachtliche Marketingkampagnen.

Das gemeinsame Feiern von Weihnachten und unserem Jahresabschluss mit einem großen Get Together des Vertriebs, darf natürlich auch nicht fehlen.

INTERVIEW

Mit Herr Prof. Dr. Fernando Fastoso

Herr Prof. Dr. Fernando Fastoso ist Inhaber des Lehrstuhls für Markenmanagement für Luxus- und High-Class Marken an der Hochschule Pforzheim.

Mit der Gründung des ersten Lehrstuhls für Luxusmarketing an einer deutschen Universität oder Hochschule, ist Herr Prof. Dr. Fastoso ein Vorreiter in seinem Fachgebiet.

Können Sie sich kurz vorstellen und einen kurzen Einblick in Ihre aktuellen Forschungen geben?

Ich bin Professor für Brand Management, spezialisiert auf Luxus und High-Value Brands. Ich bin seit 2020 an der Hochschule Pforzheim. Unmittelbar zuvor war ich 15 Jahre an den Universitäten York und Bradford in der Forschung und Lehre tätig. In meiner Forschung befasste ich mich im Moment mit dem Luxusverständnis, seiner Evolution sowie Unterschieden in seiner Auffassung je nach kulturellem Raum.

Können Sie eine kurze Definition für Luxus geben?

Luxus kann vieles bedeuten. Es kann der außergewöhnliche Genuss sein, auch gern vom Immateriellen. Ein Wochenende mit Freunden, die man selten sieht, können manche als Luxus ansehen. Für mich wiederum ist Zeit der absolute Luxus, also Zeit über die ich verfügen kann. Bei Luxus denken wir aber oft an Luxusprodukte großer Marken wie Louis Vuitton oder Rolls Royce.



Diese Art des Luxus kann man, wenn wir in Extremen denken, auf zweierlei Arten auffassen: Entweder als extrem hochwertige Produkte, die sich durch Handwerkskunst und außergewöhnliche Materialien auszeichnen oder als viel zu teure Produkte, die nicht notwendig sind und nur gekauft werden, um damit zu prahlen. Zwischen diesen Extremen befindet sich die Wahrnehmung des Luxusbegriffs bei den meisten Menschen.

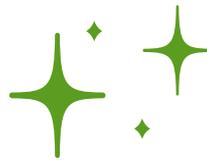
Welche aktuellen Trends gibt es im Luxusmarketing?

Nachhaltigkeit ist der größte Trend im Luxusbereich. Denken Sie an die Nutzung von 100% certified recycled gold durch Prada oder von Fairmined Gold durch Chopard. Oder an Guccis Einsatz für die Beseitigung von Gewalt gegen Frauen oder Balenciagas Partnerschaft mit dem World Food Programme. Das sind alles Initiativen, die das soziale Gewissen dieser Luxusmarken zum Ausdruck bringen sollen. Dabei geht es oft um ökologische Nachhaltigkeit, häufiger aber um soziale Nachhaltigkeit. Für Babyboomers und Gen X ist die Kombination von Luxus und Nachhaltigkeit oftmals ein Oxymoron, für Gen Y und Z eine Selbstverständlichkeit.

Welche Ratschläge haben Sie für Studierende, die sich auf Luxusmarketing spezialisieren möchten?

Wenn es um ein Studium in Deutschland geht, bieten wir beim Master Creative Communications and Brand Management in Pforzheim die Möglichkeit, sich mit dem Thema Luxus stärker zu befassen. Auch über Praxisprojekte, die wir mit Mercedes Benz, Porsche, Breuninger und Wellendorff in der jüngeren Vergangenheit durchgeführt haben.

Darüber hinaus gibt es auch sehr spannende Masterprogramme im Luxusbereich in Frankreich und Italien. Wichtig sind auch praktische Erfahrungen, denn vor allen Dingen ist es wichtig, zu verstehen, wie der Luxuskunde „tickt“ und was er sich unter einer Luxuserfahrung vorstellt. Die Erfahrung nämlich unterscheidet den Luxus- vom Premiumbereich, und die kann man am besten selbst erleben über ein Praktikum zum Beispiel.



THIS OR THAT

Me-Time **oder** Zeit mit Freunden

Wellness mit All-inclusive **oder** Action & Adrenalin

Moment genießen **oder** Sicherheit für die Zukunft

Schnäppchenjagd **oder** Langersehnter Wunschkauf

Idyllisches Landleben **oder** Aufregendes Stadtleben

Bar-Hopping **oder** Entspannter Filmeabend

Beschenkt werden **oder** Schenken

Schlittschuhlaufen **oder** Weihnachtsfilm schauen

3-Gänge-Menü **oder** Omas Apfelstrudel

Sommer **oder** Winter

Plätzchen **oder** Glühwein



AXOR

hansgrohe

EIN TAU CHER

WIR MACHEN UNSEREN ERSTEN
KARRIERESPRUNG. WAS MACHST DU?



Alles über Praxissemester, Abschlussarbeit & Co:
hansgrohe-group.com/karriere





PRAXISBERICHTE

STEYG IN STUTTGART

Pia

Betriebswirtschaftslehre / Marketingkommunikation & Werbung

Mein Name ist Pia Klaus, 21 Jahre alt und im 5. (mittlerweile 6.) Semester im Studiengang Marketingkommunikation und Werbung. Bereits seit dem 3. Semester gehöre ich dem Team der Werbeliebe an und war vor meinem Praxis- und Auslandssemester Teamleiterin für die Refill-Akquise.

Wie gefällt dir deine Agentur/dein Unternehmen?

Kurz gesagt: Richtig gut, sogar so gut, dass ich nach meinem Auslandssemester als Werkstudentin zurückkehren werde!

Während meines Praxissemesters wurde ich Teil von Pioniergeist und dem Tochterunternehmen STEYG in Stuttgart. Auch wenn ich noch nicht so viel darüber wusste, fand ich die Startup Szene und Gründungsszene doch sehr spannend. Pioniergeist arbeitet eng mit der Wirtschaftsregion Stuttgart zusammen und bietet Accelerator-Programme an, mit dem Ziel Internationale Startups nach Stuttgart zu bekommen. STEYG hingegen ist ein Startup-Hub in Stuttgart, der Startups die Möglichkeit bietet, voneinander zu lernen, an Veranstaltungen und Workshops teilzunehmen und intensives Networking zu betreiben.



Welches Projekt hat dich bisher im Praktikum stolz gemacht? Oder besonders gefordert?

Eines meiner Lieblingsprojekte während des Praktikums war das "Internationale Startup Welcome Package". Hierbei wurden 15 internationale Startups ausgewählt, die die Chance erhielten, nach Stuttgart zu expandieren. Ich war für das Scouting verantwortlich, was mir die Möglichkeit gab, viele unterschiedliche Menschen und Kulturen kennenzulernen und sie in ihren Arbeitsprozessen zu unterstützen.

Was sind deine Aufgaben? Was gefällt dir besonders gut?

Meine Aufgaben im Praktikum waren äußerst vielfältig, von Community Management über Marketing bis zur Organisation von Events und dem Support für Startups. Die täglichen Highlights waren der Kontakt mit inspirierenden Persönlichkeiten und die Möglichkeit, den Weg von Startups wie von der Branding-Phase bis zum Markteintritt mitzuerleben.

Man ist auch total gespannt, welche Startups es dann wirklich zu etwas Großem bringen werden, da schon Namensaktie Startups wie "too good to go" und "the female company" im STEYG waren.

Wie werden Praktikanten ins Team eingebunden? Wie viel Verantwortung kriegst du?

Als Praktikantin wurde ich vollständig ins Team integriert, nahm an After-Work-Abenden und wichtigen Meetings teil. Mir wurde Vertrauen entgegengebracht, und meine Stimme wurde als gleichwertig betrachtet. Ich hatte eigene Aufgaben und Projekte, die ich eigenständig übernehmen durfte. Dies war tatsächlich mein Grund, weshalb ich mich gegen ein großes Unternehmen entschieden habe, da ich voll einbezogen werden wollte und selbstständig Projekte übernehmen wollte.

Was ist dein Tipp an die derzeitigen Studenten, die vor ihrem Praxissemester stehen?

Mein Rat an Studierende vor ihrem Praxissemester ist es, sich genau mit der Art der Arbeit und dem Unternehmen auseinanderzusetzen.

Die 100 Arbeitstage sind eine lange Zeit, und es ist wichtig, dass die Arbeit Freude bereitet und das Unternehmen begeistert. Die intensive Beschäftigung mit den Aufgaben und dem Umfeld sorgt für eine erfüllende und lehrreiche Praktikumserfahrung.

BOSCH HEALTH CARE SOLUTIONS GMBH

Eva

Betriebswirtschaftslehre / Marketingkommunikation & Werbung

Hi! Mein Name ist Eva und ich studiere momentan Marketingkommunikation & Werbung. In meiner Freizeit bin ich leidenschaftliche Zockerin. Ich spiele vor allem Shooter aber auch Storygames wie God of War oder Soulslike-Spiele. Dieses Hobby kann man leider nicht gut unterbringen in einer Bewerbung für beispielsweise das Praxissemester. Deshalb erwähne ich das oft nicht und punkte aber beim Interview trotzdem mit anderen Hobbies. So hatte ich Glück, dass die beiden Personen, die mein Interview geführt haben, auch später mein Team wurden bei der Bosch Healthcare Solutions GmbH.

Ich war offen darüber, was ich in meiner Freizeit mache. So hatte ich die Gemeinsamkeit Lesen mit meiner Betreuerin und vor allem Rock Musik hören mit meinem Chef. Ich denke, somit konnte ich einige Sympathiepunkte beim Bewerbungsprozess gewinnen, obwohl ich nicht alle Voraussetzungen erfüllt habe. Zusätzlich glaube ich, dass mir die Werbeliebe weitergeholfen hat im Interview selbst. Ich hatte in meinem Lebenslauf angegeben, dass ich aktives Mitglied bin und dass ich beim Refill mitgemacht habe. Die Recruiter waren total begeistert davon und haben sehr viel nachgefragt, was denn die Aufgaben sind und wo ich welche Verantwortung hatte.



Über die Werbeliebe zu reden kann auch ein guter Icebreaker sein, da die Recruiter meist kaum was davon wissen, wenn sie nicht gerade aus Pforzheim kommen. Sie sehen zusätzlich, wie viel Spaß man beispielsweise am Refill hatte und sehen dadurch das Engagement, welches ihr mitbringt. Es ist hierbei egal, wie lange ihr schon Mitglied seid. Je mehr Enthusiasmus ihr bei eurem Interview zeigt, desto eher werden sie euch nehmen. Ich empfehle euch daher immer euch einfach auf die Stelle zu bewerben, mehr als ein nein könnt ihr gar nicht als Rückmeldung bekommen.

Lasst euch außerdem nicht verunsichern, wenn sie mal eine längere Zeit nicht antworten. Große Unternehmen brauchen meistens um einen Monat rum, bevor man überhaupt eine Einladung für ein Interview bekommt. Wenn man sein Interesse am Unternehmen zeigen möchte, so empfiehlt es sich eine Mail an das Recruiting-Team zu schicken und mal nachzufragen. Die BHCS hat mir sehr gut gefallen. Nicht nur mein Team war super nett, sondern auch alle anderen Abteilungen. Zu den anderen Praktikanten bei der Firma hatte ich sehr guten Kontakt und pflege diesen zu manchen auch nach meiner Zeit in der Firma. Praktikanten sind bei der BHCS fester Bestandteil der Teams. Ohne sie, würden die meisten Abteilungen in viel zu viel Arbeit versinken. Ich hatte zum Beispiel auch einige Projekte/ Aufgaben, um die ich mich ausschließlich gekümmert habe. So ist oft mein Chef zu mir gekommen und hat nachgefragt, ob ich anderen festangestellten Mitarbeitern behilflich sein könnte.

Mein Traum wäre es mal für Unternehmen zu arbeiten, die ich privat durch meine Hobbies unterstütze. So würde ich mal gern für Riot arbeiten oder wenigstens ein Praktikum dort machen.

All in all, genießt das Praktikum und schreibt am besten mindestens eine Klausur, damit man nicht aus dem Lern-Flow rauskommt.

STEUERKANZLEI FRANK ULLMANN PFÖRZHEIM

Max

Betriebswirtschaftslehre / Steuern und Wirtschaftsprüfung

Was sind deine Aufgaben? Was gefällt dir besonders gut, was nicht so sehr?

Meine Aufgaben sind Steuererklärungen zu erstellen, Buchhaltung und Jahresabschlüsse zu machen, Beratungen zu steuerlichen Fragen und Lohnbuchhaltungen erstellen. Besonders gerne befasse ich mich mit Buchhaltung und Jahresabschlüssen, da man dort einen großen Teil der Aufgaben eigenständig und ohne Rücksprache erledigen kann. Nicht so gut gefällt mir das Erstellen von Lohnbuchhaltungssachen, weil man sich viel mit dem Sozialversicherungsrecht auseinandersetzen muss und es, aufgrund von regelmäßigen Neuerungen, sehr anstrengend ist up to date zu bleiben.

Wie gefällt dir dein Unternehmen?

Die Steuerkanzlei Frank Ullmann ist wirklich toll. Man wird sehr gefördert und gefordert. Ich habe sehr viele Freiheiten und darf vieles eigenständig bearbeiten. Zudem habe ich die Möglichkeit Themen, die mich besonders interessieren, verstärkt zu bearbeiten und kann natürlich jederzeit Nachfragen stellen. Ich bin sehr froh, dass ich Gleitzeit arbeiten kann, jedoch habe ich selbstverständlich auch meine Kernarbeitszeiten von 09 Uhr - 15 Uhr.



Welche Fähigkeiten, die du im Studium gelernt hast, haben dich besonders weitergebracht bisher?

Die Fähigkeit komplexe Sachverhalte verständlich und einfach darzustellen, hat mir bisher besonders geholfen. Außerdem komme ich mittlerweile besser mit dem Unverständnis von Kommilitonen, denen man Nachhilfe gibt und die fachlich weniger Ahnung haben und mit Mandanten, die steuerliche Sachverhalte nicht verstehen, klar.

Welche Vorlesung hat dir bisher besonders geholfen & welche war absolut unnötig?

Ich würde sagen, dass mir Ertragssteuern bei Frau Aßmann besonders geholfen hat. Bei Ertragssteuern wurden die relevanten steuerlichen Grundlagen, die für das Praxissemester gebraucht werden, verständlich erklärt.

Des Weiteren war Konzernrechnungslegung bei Professor Häfele sehr hilfreich. Dort hat man ein Verständnis für die Struktur eines Konzerns entwickelt. Ich persönlich würde Mikroökonomie und Kreditsicherungsrecht nicht empfehlen, da ich diese Fächer als nicht relevant für meine spätere Zukunft empfand. Natürlich sind alle spezifischen Steuerfächer wichtig.

Was ist dein Tipp an die derzeitigen Studenten, die vor ihrem Praxissemester stehen?

Ihr solltet euch einen Arbeitgeber suchen, der euch fachlich fördert und fordert. Besteht unbedingt im Unternehmen darauf, dass ihr möglichst viele Bereiche sehen dürft und verharret nicht nur in einem Bereich. Es schadet nicht ein freiwilliges Praktikum vorher zu machen, damit ihr einen ersten Einblick in die fachlichen Bereiche und in das Unternehmen gewinnen könnt. Es ist wichtig, dass ihr während dem Praxissemester Beziehungen knüpft, um im späteren Berufseinstieg Vorteile zu haben. Ich würde euch empfehlen erst nach dem Praxissemester eine Werkstudententätigkeit anzutreten, da man dann bereits etwas kann. Ich persönlich habe vor dem Studium bereits eine Ausbildung als Steuerfachangestellten gemacht und konnte daher vorher schon als Werkstudent arbeiten.

3 Fakten über dich:

Ich bin eine sehr entspannte Person, die sich nicht stressen lässt.

Ich bin sehr motiviert, wenn es um ein Thema geht, das mich interessiert und empfehle jedem sich eine Beschäftigung zu suchen, für die man brennt.

In meiner Freizeit bin ich gerne im Turnverein tätig, da es ein guter Ausgleich zum Studium und Arbeitsalltag ist.

PORSCHE AG IN STUTTGART

Marsha

Betriebswirtschaftslehre / Marketing

Vorstellung:

Hello, ich bin Marsha und studiere Marketing in meinem letzten Semester. Ich habe mein Praxissemester bei der Porsche AG in der Abteilung Experiential Marketing – Global Community Management absolviert. Dort habe ich vor allem die Porsche Clubs betreut, aber auch bei anderen Communities wie dem Golf Circle oder dem GT Circle mitgeholfen.

Konnte dir die Werbeliebe im Bewerbungsprozess / im Job weiterhelfen?

Die Werbeliebe konnte mir sehr im Bewerbungsprozess weiterhelfen. In meiner Abteilung war Erfahrung besonders wichtig und da ich bereits zwei Jahre Teil der Werbeliebe war, konnte ich schon einiges an Erfahrung sammeln. Die Stelle war im Bereich Eventmarketing angesiedelt, und als ehemalige Teamleiterin des REFILL-Teams konnte ich bereits viele Erfahrungen im Eventbereich sammeln. Darüber und auch über meine anderen Tätigkeiten in der Werbeliebe wurde ebenso in meinem Bewerbungsgespräch gesprochen.

Was sind deine Aufgaben? Was gefällt dir besonders gut, was nicht so sehr?

Ich hatte einige Aufgaben, die zu meinen „Routineaufgaben“ gehörten, diese habe ich also immer wieder bearbeitet und hatte die Verantwortung dafür.



Darunter fallen Anfragen für Werbemittel, zum Design oder allgemeine Rückfragen der Präsidenten der Porsche Clubs weltweit. Des Weiteren habe ich bei der Steuerung des Club-Budgets unterstützt. Bedarfsanforderungen über SAP, Rückstellungen und weitere buchhalterische Aufgaben gehörten hier vor allem dazu. Ebenso hatte ich bei der Steuerung von Dienstleistern unterstützt, genauso wie bei der Abstimmung mit internationalen Kunden. Auch Berichte über die Events zu erstellen, gehörte zu meiner Aufgabe. Die Berichte sind jedoch mehr PowerPoint Präsentationen als geschriebene Berichte. Dabei war hier die Aufgabe vor allem passende Bilder herauszusuchen und gelegentlich auch Texte zu überlegen. Die Porsche Clubs hatten 2022 70-jähriges Jubiläum, daher wurde dazu ein Jubiläumsbuch erstellt, wobei ich auch unterstützen durfte. Außerdem hatte ich die alleinige Verantwortung für die Weiterentwicklung der Porsche Clubdatenbank mit über 250.000 Mitgliedern. Dadurch hatte ich Kontakt mit fast jedem Präsidenten, wodurch sich mein Business English deutlich verbesserte.

Am meisten Spaß hat mir jedoch die Unterstützung bei der Organisation verschiedenster Events gemacht. Dazu zählte ein einwöchiger Besuch der amerikanischen Porsche Club Präsidenten (dazu später mehr), ein Gala Dinner im Porsche Museum, ein Town Hall Meeting mit allen Präsidenten weltweit und ein weiteres Meeting mit den Präsidenten der fünf größten Clubs. Auch dadurch habe ich wieder viel Kontakt mit Kunden gehabt.

Welches Projekt hat dich bisher im Praktikum stolz gemacht? Oder besonders gefordert?

Der schon erwähnte Besuch der amerikanischen Porsche Club Präsidenten war ein besonderes Highlight. Ich durfte sie eine Woche bei den unterschiedlichsten Unternehmungen begleiten, die ich vorher geholfen habe zu organisieren. So durfte ich ein Blick in die Motorsport-Abteilung in Weissach werfen, habe eine Führung durch das Auto-Archiv des Museums bekommen und war bei der Werkstatt von Porsche Classic. Ebenso durfte ich die Taycan Werksführung begleiten und die Sonderwunschmanufaktur anschauen. Zum Abschluss der aufregenden Woche fand noch das Gala Dinner zusammen mit dem Porsche Club auf Großbritannien zum 70.-jährigen Jubiläum, bei welchem ich dabei sein durfte, statt. Dabei habe ich mich mit den Präsidenten und deren Ehefrauen so gut verstanden, dass wir weiterhin in Kontakt stehen. Sie haben mir sogar als kleines Dankeschön aus Amerika etwas zukommen lassen.

Wie werden Praktikanten ins Team eingebunden? Wie viel Verantwortung bekommst du?

Die Praktikanten werden sehr gut

ins Team integriert, erhalten teilweise eigene Projekte und damit auch viel Verantwortung. Bei mir gehörte dazu unter anderem das Update der Datenbank, das sich durch mein gesamtes Praktikum erstreckte, da es eine sehr aufwendige, aber notwendige Aufgabe war. Was ich ebenfalls toll fand, war die Möglichkeit zu einem Fahrsicherheitstraining in einem Porsche. Da auch meine Abteilung eigene Fahrzeuge für Events besitzt, hatte ich die Gelegenheit, 5 von 6 der aktuellen Porsche Modelle mindestens einmal zu fahren und auszutesten.

Was ist dein Tipp an die derzeitigen Studenten, die vor ihrem Praxissemester stehen?

Erfahrung neben dem Studium zu sammeln ist wirklich wichtig. Ich habe am Ende meines Praktikums nachgefragt, was der Grund war für meine Auswahl. Als Antwort bekam ich, dass meine bereits gesammelte Erfahrung in der Werbeliebe viel damit zu tun hatte. Noten sind nicht immer alles.

Random Facts über mich:

Ich war schon immer sehr engagiert. So habe ich 10 Jahre lang Rhythmische Sportgymnastik gemacht, 8 Jahre Gitarre gespielt und war ebenso in der English Drama Group und der SMV meiner Schule aktiv. Daher war es für mich keine Frage, mich während meines Studiums erneut in einer Initiative zu engagieren. Und ich bin sehr froh, dass ich mich für die Werbeliebe entschieden habe ;)



TRUMPF IN DITZINGEN

Lars

Betriebswirtschaftslehre / Marketing

Hey Leute! Ich bin Lars, 25 Jahre alt und befinde mich aktuell im sechsten Semester im Studiengang Marketing an der Business School. Neben meinem Studium bin ich ein leidenschaftlicher Sportler und spiele gerne Fußball in meiner Freizeit. Beruflich begeistere ich mich für Technologie und die ständig wachsende Welt der Innovationen. Ich freue mich darauf, euch von meinen Erfahrungen während meines Praktikums bei TRUMPF zu erzählen und gemeinsam ein paar spannende Einblicke zu teilen!

Wie gefällt dir dein Unternehmen?

Ich bin begeistert von TRUMPF! Es ist nicht nur ein aufstrebendes Hightech-Unternehmen, sondern auch einer der absoluten Marktführer in seinem Bereich. Trotz seiner Größe behält das Unternehmen eine familiäre Atmosphäre bei, in der man problemlos mit verschiedenen Abteilungen kommunizieren und Fragen stellen kann. Die Einblicke in die verschiedenen Technologien sind äußerst faszinierend. Außerdem arbeitet man hier mit motivierten und engagierten Mitarbeitern zusammen, die ihre Arbeit lieben. Diese Leidenschaft ist ansteckend und dadurch macht die Arbeit wirklich Spaß. Bei TRUMPF gibt es außerdem immense Entwicklungsmöglichkeiten, da junge Talente stark gefördert werden.



Im Gegensatz zu anderen großen Konzernen kennt man sich hier noch persönlich und wird für seine Arbeit geschätzt. Ich kann TRUMPF nur jedem empfehlen – eine klare 10/10!

Welches Projekt hat dich während deines Praktikums besonders stolz gemacht oder stark herausgefordert?

Während meines Praktikums hatte ich die Möglichkeit, die Planung und Organisation der ersten eigenen Veranstaltung mit Präsentation der neuen Generation zu übernehmen. Dies stellte mich vor viele neue Aufgaben und Herausforderungen, bei denen ich meine Fähigkeiten weiterentwickeln konnte. Das Event war ein großer Erfolg und wurde sogar ausgebucht. Das Feedback war überwältigend positiv, und wir konnten maßgeblich dazu beitragen, dass die neue Technologie weiter an Bedeutung und Nachfrage gewinnt.

Die Social-Media-Aktivitäten, die wir im Rahmen der Veranstaltung durchgeführt haben, waren ebenfalls äußerst erfolgreich. Das positive Feedback hat dazu geführt, dass die Awareness ständig steigt und die neuen Technologien verstärkt wahrgenommen werden. Eine weitere spannende Aufgabe war die Etablierung eines neuen Industriestandards durch Social-Media-Aktivitäten im B2B-Marketing für Hochtechnologie. Es war faszinierend zu sehen, wie verschiedene Kampagnen in einem so spezialisierten Bereich des B2B-Marketings angenommen wurden.

Welche Fähigkeit, die du im Studium erworben hast, hat dich bisher am meisten weitergebracht?

Besonders strukturiertes Vorgehen und analytische Fähigkeiten haben mich bisher weitergebracht und mir geholfen, stets lösungsorientiert zu arbeiten. Im Studium habe ich gelernt, unter Stress verschiedene Aufgaben zu verschiedenen Zeitpunkten zu erledigen und dabei den Überblick zu behalten, ähnlich wie während der Klausurenphase. Das theoretische Wissen aus meinen studiengangspezifischen Modulen, wie beispielsweise Pricing-Strategien und verschiedene Marketingstrategien, hat mir geholfen, wertvollen Input und vielfältige Ideen in Meetings einzubringen. Diese Fähigkeiten und Kenntnisse haben mich in meinem Praktikum entscheidend unterstützt und meinen Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung verschiedener Projekte ermöglicht.

Wie werden Praktikanten in das Team integriert? Wie viel Verantwortung hast du übernommen?

In meinem Bereich hatten die Praktikanten das Glück, Teil eines neu entwickelten Geschäftsbereichs mit einem dynamischen Markt- und Unternehmenswachstum zu sein, wodurch wir immer mehr Verantwortung übernehmen konnten. Wir wurden sofort in Meetings einbezogen, standen in direktem Kontakt mit Kunden sowie Partnern und waren maßgeblich an der Organisation von Projekten beteiligt. Das starke Wachstum und die Bedeutung eines starken Marketings beim Aufbau eines neuen Geschäftszweiges haben mir viel Verantwortung übertragen, was mich persönlich sehr weitergebracht hat.

Was ist dein Tipp für Studenten, die kurz vor ihrem Praxissemester stehen?

Bewerbungen sollten frühzeitig erfolgen, um die Chancen auf die Wunschposition zu maximieren. Authentizität ist der Schlüssel zum Erfolg während der Bewerbungsgespräche.

Es ist wichtig, nach Positionen zu suchen, die wirklich zu den eigenen Interessen und Fähigkeiten passen und Begeisterung wecken. Ein Job, der erfüllt und glücklich macht, ist entscheidend. Seid in den Bewerbungsgesprächen authentisch – wenn es nicht passt, ist das in Ordnung. Verstellen führt nicht zum Glück im Job, denn nur wahre Begeisterung und Interesse machen die Arbeit wirklich erfüllend und erfolgreich. Kleiner Tipp: wer Lust auf innovative Hochtechnologien hat, schaut euch bei TRUMPF nach offenen Stellen um 😊

Viel Spaß im Praktikum und weiterhin viel Erfolg beim Studium!

Lars



Red Chilly

Alltag aus, Abenteuer

Deine Wege zu einem Auslandsaufenthalt sind vielfältig. Informiere Dich jetzt unter www.red-chilly.de

**KNOW-HOW, EVENTS & MORE –
FÜR JUNGE LEUTE IN DER REGION!**



red-chilly.de



Sparkasse
Pforzheim Calw

A photograph featuring a small globe with a map of the world, resting on a stack of several books. The scene is bathed in a warm, golden light, likely from a window, creating a soft, atmospheric glow. The globe is positioned on the right side, and the books are stacked on the left. The text 'AUSLANDSBERICHTE' is overlaid on a white rectangular background in the lower-left quadrant.

AUSLANDSBERICHTE

GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT IN FRANKREICH

Leon

Betriebswirtschaftslehre/ Marketing

Servus, mein Name ist Leon. Ich studiere BWL mit Schwerpunkt Marketing im 8. Semester. Ich bin 24 Jahre alt und komme aus der Nähe von Heidelberg. Schon immer war ich viel unterwegs und hatte bereits vor meinem Auslandssemester Erfahrungen im Ausland gesammelt. Aus diesem Grund empfand ich es als Verpflichtung, die Möglichkeit des Auslandsaufenthalts wahrzunehmen.

An welcher Universität warst du und warum hast du diese gewählt?

Mein Auslandssemester habe ich an der Grenoble Ecole de Management absolviert, die sich in den französischen Alpen befindet. Die Business School in Grenoble war eigentlich meine siebte Wahl, jedoch spielt das letztlich keine Rolle, denn die Zeit in Frankreich würde ich gegen nichts eintauschen wollen. Der Grund für meine Entscheidung war recht simpel: Ich habe einige Freunde in der Nähe und liebe es, Ski zu fahren.

Wie hast du die Universität und die Vorlesungen erlebt?

Die Vorlesungen waren im Vergleich zu deutschen Verhältnissen sehr interaktiv, eher vergleichbar mit dem Schulunterricht. Aktive Mitarbeit wurde erwartet und floss auch in die Endnote ein.

Allerdings muss man erwähnen, dass die einheimischen Studenten dies nicht besonders ernst nahmen und die Vorlesungen hauptsächlich von den internationalen Studierenden gestaltet wurden.

Das Niveau der Vorlesungen war jedoch deutlich niedriger als in Pforzheim und war geprägt von vielen kleinen Projekten, die wir in Kleingruppen bearbeitet haben.

Wie war dein Studentenleben im Ausland? Wie fandest du die Stadt, in der du gelebt hast, und wie war die Unterkunft?

Das Studentenleben war geprägt von Skifahren, entspannten Nachmittagen im Park, langen Abenden in Bars und großen Unipartys, die exklusiv für die Business School organisiert wurden. Die Stadt hatte einiges zu bieten, auch wenn sie mich gelegentlich an Pforzheim erinnerte. Dennoch befand sie sich mitten in den Alpen, was zahlreiche Möglichkeiten in und um die Stadt bot. Die Unterkünfte waren sehr unterschiedlich, aber im Großen und Ganzen alle sehr gemütlich.

Welche Kulturschocks hast du erlebt? Was hat dich überrascht, und woran musstest du dich erst gewöhnen?

Der größte Kulturschock war, dass sich viele Vorurteile bestätigten. Es war zwar etwas schwieriger, wenn man kein Französisch konnte, aber man kam definitiv zurecht. Ich konnte vor meiner Ankunft kein Wort Französisch, habe mich aber gut durchgeschlagen. Beeindruckt hat mich das Lebensgefühl und die Kultur der Franzosen. Das Leben war viel gelassener, und es wurde mehr Wert auf gemeinsame Erlebnisse gelegt. Das einzige Negative war das Sicherheitsgefühl in Grenoble. Es war wichtig, bestimmte Stadtviertel nachts zu meiden und nachts möglichst nicht allein zu Fuß unterwegs zu sein. Persönlich hatte ich jedoch keine negativen Erfahrungen gemacht.

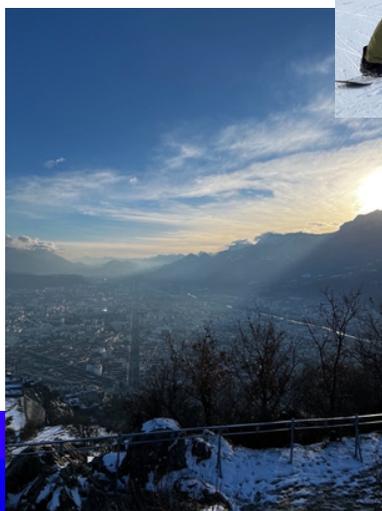
Wie hast du das Land empfunden, in dem du warst?

Ich habe die Region und das Land sehr ins Herz geschlossen. Die Natur in Verbindung mit dem Lebensgefühl haben mich sehr beeindruckt, und ich bin mir sicher, dass ich in Zukunft einige Urlaube dort verbringen werde.

Was ist deine schönste Erinnerung aus dem Auslandssemester? Hast du Tipps, die du teilen möchtest?

Meine schönsten Erinnerungen sind zahlreiche kleine Momente, die ich mit meinen Freunden dort erlebt habe. Von den vielen Partys über Skitage bis hin zu Rennradtouren, die ich auch allein unternommen habe. Jeder Tag war ein Abenteuer, und man wusste nie, was der Tag bringen würde.

Mein Tipp ist, von Anfang an voll dabei zu sein und alle Aktivitäten mitzunehmen, die sich bieten. Die Zeit vergeht unglaublich schnell, und am Ende hat man immer das Gefühl, nicht alles mitgenommen zu haben, obwohl man jeden Tag unterwegs war.



THAMMASAT UNIVERSITÄT IN THAILAND

Lukas

Betriebswirtschaftslehre/ Marketingkommunikation und Werbung

Vorbereitung und Ankunft: Ein Sprung ins Unbekannte

Die Monate vor meinem Auslandssemester waren geprägt von intensiven Vorbereitungen und Vorfreude. Die Bewerbungsunterlagen wurden akribisch zusammengestellt, Visa-Angelegenheiten geklärt und die kulturellen Unterschiede zwischen meinem Heimatland und Thailand studiert. Doch selbst mit all diesen Vorbereitungen war die Ankunft in Bangkok ein Sprung ins Unbekannte. Die ersten Tage waren eine regelrechte Sinnesexplosion, als ich die pulsierenden Straßen der Stadt der Engel erkundete und die herzliche Gastfreundschaft der Menschen erlebte.

Studium an der Thammasat Universität: Globale Perspektiven

Der Campus der Thammasat Universität war ein Ort, an dem Tradition und Moderne aufeinandertreffen. Ein toller Standort direkt am Tha Phraya River im Herzen Bangkoks. Ein kostenloses Gym, eine Bibliothek mit Aufenthaltsräumen und Fernseher mit Streamingdiensten sowie eine Kantine mit über 15 Restaurants gehörten zu der super Ausstattung der Uni. Die renommierte Universität hat sich ausgezeichnet um uns Auslandsstudenten gekümmert und kostenlose Exkursionen in Nachbarregionen angeboten.

Der Status der Universität und der unterrichtenden Profs ermöglichte mir in einem Kurs eine Besichtigung von Google Thailand.

Lebendiges Bangkok: Eine Stadt, die niemals schläft

Bangkok ist eine Stadt, die niemals schläft, und das Leben hier war eine kontinuierliche Entdeckungsreise. Von den belebten Märkten über die prächtigen Tempel bis hin zu dem größten Einkaufszentrum Südostasiens gab es immer etwas Neues zu erkunden. Die Vielfalt der kulinarischen Szene war ebenfalls beeindruckend, und ich nutzte jede Gelegenheit, um mich durch die köstlichen Gerichte Thailands zu probieren.

Kulturelle Schätze und kulinarische Abenteuer: Das Leben in Bangkok genießen

Trotz der Herausforderungen, die das Leben in einer Großstadt mit sich bringt, fühlte ich mich in Bangkok schnell zu Hause. Die Menschen hier sind unglaublich freundlich und hilfsbereit, und ihre Gelassenheit war ansteckend. Neben dem Studium hatte ich auch die Möglichkeit, an zahlreichen kulturellen Veranstaltungen teilzunehmen, die mir halfen, das reiche kulturelle Erbe Thailands besser zu verstehen und zu schätzen.

Ein Auslandssemester voller Wachstum und unvergesslicher Erlebnisse

Mein Auslandssemester an der Thammasat Universität war zweifellos eine der besten Erfahrungen meines Lebens. Ich habe nicht nur mein akademisches Wissen erweitert, sondern auch persönlich enorm viel gelernt und unvergessliche Erinnerungen geschaffen. Bangkok und die Thammasat Universität werden für immer einen besonderen Platz in meinem Herzen haben, und ich auf diesen Weg eine Möglichkeit bekam, neben Thailand noch viele umliegende Länder in Südostasien bereisen und kennenlernen konnte.

Welche Vorlesung hat dir bisher besonders geholfen & welche war absolut unnötig?

Ich würde sagen, dass mir Ertragssteuern bei Frau Aßmann besonders geholfen hat. Bei Ertragssteuern wurden die relevanten steuerlichen Grundlagen, die für das Praxissemester gebraucht werden, verständlich erklärt. Des Weiteren war Konzernrechnungslegung bei Professor Häfele sehr hilfreich, da man die Struktur von einem Konzern gelernt hat zu verstehen. Ich persönlich würde Mikroökonomie und Kreditsicherungsrecht nicht empfehlen, da ich diese Fächer als nicht relevant für meine spätere Zukunft empfand. Natürlich sind alle spezifischen Steuerfächer wichtig.

Was ist dein Tipp an die derzeitigen Studenten, die vor ihrem Praxissemester stehen?

Ihr solltet euch einen Arbeitgeber suchen, der euch fachlich fördert und fordert. Besteht unbedingt im Unternehmen darauf, dass ihr möglichst viele Bereiche sehen dürft und verharret nicht nur in einem Bereich. Es schadet nicht ein freiwilliges Praktikum vorher zu machen, damit ihr einen ersten Einblick in die fachlichen Bereiche und in das Unternehmen gewinnen könnt. Es ist wichtig, dass ihr während dem Praxissemester Beziehungen knüpft, um im späteren Berufseinstieg Vorteile zu haben. Ich würde euch empfehlen erst nach dem Praxissemester eine Werkstudententätigkeit anzutreten, da man dann bereits etwas kann. Ich persönlich habe vor dem Studium bereits eine Ausbildung als Steuerfachangestellten gemacht und konnte daher vorher schon als Werkstudent arbeiten.

3 Fakten über dich:

Ich bin eine sehr entspannte Person, die sich nicht stressen lässt.

Ich bin sehr motiviert, wenn es um ein Thema geht, das mich interessiert und empfehle jedem sich eine Beschäftigung zu suchen, für die man brennt.

In meiner Freizeit bin ich gerne im Turnverein tätig, da es ein guter Ausgleich zum Studium und Arbeitsalltag ist.



SHEFFIELD HALLAM UNIVERSITY IN ENGLAND

Madlen

Betriebswirtschaftslehre/ Media Management und Werbepsychologie

Hallöchen,

ich bin Madlen, studiere BMMWP und Mitglied der Werbeliebe. Im WiSe 23/24 habe ich mein Auslandssemester in Sheffield, UK verbracht und nehme euch gerne ein bisschen mit. Viel Spaß beim Lesen!

An welcher Uni warst du? Wieso hast du diese Uni ausgewählt?

Ich war an der Sheffield Hallam University als Erste unserer Hochschule, da die SHU neue Partneruni ist. Auf dieses Abenteuer habe ich mich eingelassen und ich wurde nicht enttäuscht.

Selbstverständlich habe ich vor der Auswahl auch einfach mal nach der Uni gegoogelt 😊 und mein Bauchgefühl entscheiden lassen.

Wie fandest du die Uni? Wie waren die Vorlesungen? War das Semester anstrengend und geprägt von Abgaben oder eher entspannt?

Ich fand die Uni sehr gut. ich hatte meine Veranstaltungen alle auf dem City Campus, welcher zentral in der Stadt ist. Man hatte auf jeden Fall genug Lernplätze und die Bib dort hat 24/7 offen. Die Kurse haben sich eher nach Schule angefühlt und waren vom Niveau her oft niedriger als bei uns. Dadurch hatte ich allerdings sehr viel Zeit zum Reisen und Ausgehen. Klausuren hatte ich keine, da wir nur Kurse mit Referaten oder Abgaben angeboten bekommen haben.

Die Betreuung an der Uni war top – es gab für jeden einen persönlichen Ansprechpartner und auch das International Team war für Fragen da und hat Ausflüge organisiert. Schon vor meiner Ankunft in England habe ich regelmäßig ausführliche Infos bekommen und bei meiner Ankunft wurde ich vom Flughafen abgeholt und dann zu meiner Wohnung gefahren – alles kostenlos.

Wie war dein Studentenleben im Ausland? Wie fandest du die Stadt, in der du gelebt hast? Wie war die Unterkunft?

Mein Studentenleben war super 😊 Sheffield hat einiges zu bieten und ist der perfekte Anschlusspunkt für Reisen ins ganze Land. UK-getreu gibt es natürlich unzählige Pubs für gemütlichere Abende und Clubs zum Feiern. Es gibt auch schöne Cafés, wie das Lego-Café oder das Katzen-Café. Auch den Peak District Nationalpark sollte man entdecken – egal ob mit der Uni oder auf eigene Faust.

Während meiner Zeit dort habe ich in einer WG mit weiteren Internationals gewohnt. Der Platz in einem Wohnheim wurde mir von der Uni garantiert. Es gab sowohl ein Management vor Ort als auch 24/7 Security ebenso wie organisierte Veranstaltungen und einen großen Gemeinschaftsbereich mit Tischkicker und Co.

Welche Kulturschocks hattest du? Was hat dich im Ausland erstaunt? Woran musstest du dich erst gewöhnen?

Das Leitungswasser schmeckt nach Chlor, aber man gewöhnt sich dran. Zu Beginn hat es mich überrascht, wie freundlich alle waren (oft wird man mit „my love“ angesprochen) und alle sagen immer „sorry“. Nicht zu vergessen sind auch der ungewohnte Linksverkehr und das berühmt berüchtigte „queuing“ – lasst euch gewarnt sein: da kennen die Briten keinen Spaß.

Ich darf natürlich auch nicht das obligatorische Meckern über das englische Essen vergessen: man bekommt in Pubs quasi nur 3 Gerichte: Burger, Pie und Fish & Chips, die internationalen Küchen sind dafür umso besser.

Wie fandest du das Land, in dem du warst?

England ist ein underrated country <3

Die Menschen sind generell super lieb und hilfsbereit, die Natur und auch einige Städte sind wunderschön und man findet tolles internationales Essen und kann viel unternehmen.

Was ist deine liebste Erinnerung aus dem Auslandssemester? Irgendwelche Top Tips, die du gerne teilen möchtest?

Meine liebsten Erinnerungen hab ich von den vielen Städtereisen durch die UK ebenso wie die Abende in traditionellen Pubs. Top Tip zum Essen ist der Pub „Frog & Parrot“ und zum Feiern der Club „Billy Big Balls“ (mit Bällebad). Lasst es euch auch nicht entgehen, eine richtige Tea Time zu erleben. Fürs Reisen kann ich noch die Railcard und die App „Trainline“ empfehlen, damit kommt ihr günstiger durch die Gegend. Denkt auch daran, dass viele Wohnheime kein Geschirr oder Bettzeug haben – aber keine Angst, hier sind Läden auch sonntags geöffnet (auch IKEA 😊).

Ansonsten bleiben mir meine neu gewonnenen Freunde aus der ganzen Welt und unsere gemeinsame Zeit in Erinnerung. Ich kann euch nur empfehlen, offen auf alle zuzugehen. Denn diese Freunde werden eure kleine Ersatzfamilie sein und sind für euch da, falls ihr jemanden an eurer Seite braucht! <3

Würdest du beim nächsten Mal etwas anders machen? Was möchtest du anderen auf den Weg geben?

Ich würde eigentlich nichts ändern. Connected euch am besten schon direkt bei der Anreise und bei den Willkommens-Veranstaltungen mit Anderen 😊

Nehmt an Ausflügen vom International Team teil und verpasst auf jeden Fall nicht die Chance, das Land und die Kultur durch Tages- oder Wochenendtrips kennenzulernen.

Und zum Schluss: Macht euch nicht zu viele Gedanken und freut euch auf euer Semester, egal ob in Sheffield oder sonst wo auf der Welt – es wird eine der schönsten Erfahrungen in eurem Leben!

Ich hatte auf jeden Fall eine richtig tolle und unvergessliche Zeit und kann die Sheffield Hallam University wärmstens empfehlen.

Wenn ihr noch am Überlegen seid, ob ihr ins Ausland sollt: ein fettes JA, MACHT ES.

Viel Spaß im Ausland!

Madlen 😊



UNIVERSITY OF HULL IN ENGLAND

Marsha

Betriebswirtschaftslehre/ Marketing

An welcher Uni warst du? Wieso hast du diese Uni ausgewählt?

Mir war schnell klar, dass ich in ein englisch sprachiges Land gehen möchte, um meine Kenntnisse noch weiter zu vertiefen. Da ich danach auch noch etwas Reisen wollte, am liebsten mit meinem Auto, war mir auch ziemlich schnell klar, dass ich dafür möglichst in Europa bleiben musste. Mit einem Blick auf die Partnerunis in GB und Irland stach mir die University of Hull in England sofort ins Auge, denn dort gab es ebenfalls einen Marketing-Studiengang. So konnte ich sicher gehen, dass ich auch die richtigen Fächer für mich finden werde.

Wie fandest du die Uni? Wie waren die Vorlesungen? War das Semester anstrengend und geprägt von Abgaben oder eher entspannt?

Ich kann die University of Hull nur empfehlen. Dort gibt ein Fach 10 Credits, so musste ich für ein Semester mit 30 Credits nur 3 Fächer belegen. Für 10 Credits hatte ich einmal die Woche ca 1h und 45 Minuten Unterricht und alle paar Wochen noch ein Seminar mit 50 Minuten. Mit nur drei Fächer hat das wenig Vorlesungszeit ergeben und ich hatte viel Freizeit, die ich mit den vielen Angeboten vor Ort gestalten konnte. Die Vorlesungen an sich waren interessant gestaltet und am Ende hatte ich pro Fach ein Essay und eine Gruppenarbeit abzugeben.

Mir ist da definitiv leichter gefallen als Klausuren zu schreiben, da wir uns die Essay Themen teilweise selbst aussuchen durften, so habe ich natürlich für mich interessante Themen herausgesucht. Ein Essay davon haben wir in Zusammenarbeit mit einem lokalen Unternehmen geschrieben, was einen tollen Praxisbezug darstellte. Ebenso haben wir eine Gruppenarbeit in Zusammenarbeit mit DFDS erarbeitet, was ein weiteres praxisorientiertes Projekt war.

Die Dozenten waren alle sehr hilfsbereit und haben sich deiner Fragen angenommen, auch wenn es um die Assignments ging.

Alles in allem fand ich das Semester daher eher entspannt. Die Uni hat viele, teils auch kostenlose Freizeit Angebote. So sind zum Beispiel fast jeden Freitag Therapiehunde auf den Campus gekommen, mit denen man dann spielen und kuscheln konnte (was einen natürlich das eigene Tier etwas weniger vermissen lässt) oder es gab Tanzkurse, Yogakurse, Mal- und Bastelstunden. So konnte man auch gut mit anderen Studenten in Verbindung treten. Auch Lamas waren mal auf dem Campus. Es war also für jeden etwas geboten.

Zu empfehlen ist auch einem Social Club beizutreten. Ich bin hierbei dem Tennis Club beigetreten, obwohl ich vorher keinen Tag Tennis gespielt habe. Meine Freunde vor Ort haben mich aber überzeugt und ich wurde sehr herzlich vom Team aufgenommen und habe wirklich Spaß an der Sportart gefunden. So standen wir jede Woche manchmal mehrmals auf dem Platz. Dadurch habe ich auch mehr Locals kennengelernt und mich mit ihnen angefreundet. Mittwoch abends war zum Beispiel immer ein Social. So durften wir vorher in den Club auf dem Campus und haben gemeinsam als Tennis Team die unterschiedlichsten (Trink-)spiele gespielt und danach zusammen im Club gefeiert. Das Social stand auch oft unter einem Motto, zum Beispiel Star Wars. Es war toll, dass dann auch alle bei dem Motto mitgemacht haben und als Star Wars Charaktere aufgetaucht sind.

Wie war dein Studentenleben im Ausland? Wie fandest du die Stadt, in der du gelebt hast? Wie war die Unterkunft?

Als Student genießt du in Hull viele Rabatte in Restaurants, Bars etc., was sehr vorteilhaft ist. Die Uni lag nicht direkt im Stadtkern, aber mit einer 15-minütigen Bus fahrt war man schnell in der Innenstadt, die wirklich schön war. Aber es gibt auch viele Geschäfte, Restaurants und Bars in der Nähe der Uni bzw. sogar auf dem Campus. Beispielsweise gab es auch einen Club direkt auf dem Campus, zu dem nur Studenten Zutritt hatten, so war der Heimweg nachts auch sicher und schnell. Selbst aus der Stadt konnte man sich mit seinen Freunden ein Taxi für insgesamt 10 Pfund nehmen und war auch so günstig und schnell wieder zu Hause.

Ich habe dort in einem Studentenwohnheim auf dem Campus gelebt. Ich hatte ein eigenes Zimmer mit Bad und mir die Küche mit 7 weiten Leuten geteilt.

Zuerst war ich etwas skeptisch, doch wir mussten uns nur zu zweit immer einen Kühlschrank teilen, hatten mehrere Herdplatten und Spülen, es war also genug Platz. Auch ein Fernseher wurde uns zu Verfügung gestellt, bzw. sogar ein Movie room, sodass wir auch den ein oder anderen Filmabend veranstaltet haben. Tischtennisplatten mit Schläger und Bällen standen uns ebenfalls zur Verfügung.

Aber auch zum lernen bzw. schreiben hatte man schöne und vor allem auch viele Plätze in der großen Bibliothek. Man konnte sich sogar für Gruppenarbeiten Räume mieten oder in einem der 4 Costa Cafés einen leckeren Kaffee holen.

Welche Kulturschocks hattest du? Was hat dich im Ausland erstaunt? Woran musstest du dich erst gewöhnen?

Einer der Sachen, die mich eher gefreut hat, war, dass dort Läden auch sonntags aufhaben. Was mich auch gefreut hat, dass die Digitalisierung dort schon etwas weiter vorangeschritten ist. So konnte man in vielen Restaurants über eine App sein Essen bestellen und musste nicht auf den Kellner warten. Auch gab es in den Supermärkten viel mehr Selbstbedienungskassen, was einem auch deutliche Zeit spart, wenn man nur ein paar Kleinigkeiten kauft. Man konnte auch überall bargeldlos zahlen, sogar die Garderobe für den Club.

Wie fandest du das Land, in dem du warst?

Es regnet gar nicht so viel in England, wie manche vielleicht denken. Es gab auch viel schöne Natur in der Nähe von Hull, so wie die Bempton Klippen. Aber auch Städte wie York, Newcastle und Sheffield sind nicht weit entfernt. Auch London konnte man gut mit dem Zug erreichen.

Nach unserem Aufenthalt haben wir auch einen knapp zweiwöchigen Roadtrip durch GB gemacht. Wir sind von Hull nach Edinburgh, Glasgow, Liverpool über Cardiff nach Brighton und dann mit der Fähre über Dover wieder in Richtung Deutschland unterwegs gewesen.

Auch die Menschen dort sind freundlich und nehmen dich herzlich auf. Das haben wir nicht nur in Hull gemerkt, sondern auch während unseres Roadtrips.

Was ist deine liebste Erinnerung aus dem Auslandssemester? Irgendwelche Top Tips, die du gerne teilen möchtest?

Meine liebsten Erinnerungen sind die Socials, die wir Mittwoch abends vor dem Feiern mit dem Tennis Club hatten. Wir haben immer viel gelacht und es sind tolle Erinnerungen entstanden. Allgemein die Zeit mit meinen neugewonnenen Freunden wird mir immer in Erinnerung bleiben.

Top Tipps:

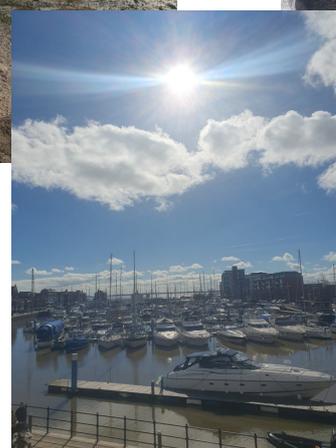
Versuche alles mitzunehmen, was geht. Trete einem Club bei, mach die Aktivitäten mit, probiere neue Restaurants. So lernt man Menschen kennen und spricht die Sprache aktiv und hört sie nicht nur in den Vorlesungen.

Plane Zeit und Budget für eine Reise durch das Land ein, nach dem eigentlichen Aufenthalt. Es gibt so viel zu entdecken und während der Vorlesungszeit schafft man es vielleicht nicht immer viel zu sehen, aber wenn man schonmal in dem Land ist, sollte man es auch bereisen.

Würdest du beim nächsten Mal etwas anders machen? Was möchtest du anderen auf den Weg geben?

Länger bleiben :(Die Zeit geht so schnell vorbei, kaum hat man neue Freunde gefunden, muss man sie auch fast schon wieder verlassen. Ich hatte eine wirklich gute Zeit in Hull. Es war nicht nur notentechnisch mein bestes Semester, auch außerhalb der Uni hatte ich viel Spaß mit meinen Freunden. Das sind Erlebnisse, die mir keiner mehr nehmen kann und die mich für mein weiteres Leben geprägt haben.

Ich kann wirklich jedem ein Auslandssemester ans Herz legen. Es ist einfach nochmal etwas ganz anderes als das Studentenleben in Pforzheim. Auch wenn es finanziell eng sein sollte, es gibt viel Förderung. Geld kommt und geht, aber die Erinnerungen bleiben für immer. (Weiterer Tipp: ein gut bezahltes Praktikum vorher schadet auch nicht 😊)



HIROSHIMA UNIVERSITY OF ECONOMICS IN JAPAN

Julian

Betriebswirtschaftslehre/ Marktforschung und Konsumentenpsychologie

An welcher Uni warst du? Wieso hast du diese Uni ausgewählt?

Ich war an der Hiroshima University of Economics. Es war schon immer mein Traum, eines Tages einmal nach Japan zu gehen. Ein Auslandssemester erschien mir die perfekte Gelegenheit zu sein, nicht nur nach Japan zu reisen, sondern auch wirklich dort zu leben und die Kultur und Lebensweise kennenzulernen.

Wie fandest du die Uni? Wie waren die Vorlesungen? War das Semester anstrengend und geprägt von Abgaben oder eher entspannt?

Die Universität selbst ist wirklich beeindruckend! Der Hauptcampus liegt auf einem Berg, von dem aus man einen Ausblick auf den ganzen Stadtteil hat. Der Campus selbst ist sehr schön gestaltet und die Gebäude sind größtenteils sehr modern. Des Weiteren hat die Uni auch noch mehrere Nebengebäude für diverse Clubaktivitäten, sowohl in der Innenstadt als auch auf der Insel Miyajima oder die Teilnahme an der jährlichen Flower Parade.

Da leider nach wie vor nur wenige Japaner fließend Englisch sprechen, sind die Vorlesungen ausschließlich für internationale Studierende, wodurch die Kurse meist auch sehr klein waren. In einem Kurs war ich sogar der einzige Student.

Dafür geben sich die meisten Professoren umso mehr Mühe, die Vorlesungen umso interessanter und interaktiver zu gestalten. Der einzige Kurs, der mir keinen Spaß machte, war Japanisch. Zwar gehörte Japanisch lernen schon vor Beginn meines Auslandssemesters zu meinen Leidenschaften, jedoch war der Unterricht meist sehr langweilig und trocken.

Der Arbeitsaufwand war die meiste Zeit recht gering, es war definitiv einfacher als in Pforzheim. Die meisten Kurse verlangten lediglich die ein oder andere Präsentation, sowie eine kurze Hausarbeit zum Ende des Semesters. Ansonsten bestand jeder Kurs aus einer einzelnen 90-minütigen Vorlesung pro Woche. Die einzige Ausnahme war hier wieder Japanisch, welches 3 Vorlesungen pro Woche in Anspruch nahm. Insgesamt habe ich 7 Kurse belegt, wovon ich 6 problemlos für insgesamt 25 ECTS in Pforzheim anrechnen lassen konnte.

Außerhalb des normalen Studienalltags organisierte die Uni auch mehrere Ausflüge für uns internationale Studierende, wie beispielsweise nach Miyajima. Ansonsten hatten wir unter dem Semester auch ein paar freie Tage, die wir für Ausflüge nutzen konnten.

Insgesamt war der Studienalltag sehr entspannt. Ich hatte viel Zeit, Japan kennenzulernen und Zeit mit meinen Kommilitonen zu verbringen.

Wie war dein Studentenleben im Ausland? Wie fandest du die Stadt, in der du gelebt hast? Wie war die Unterkunft?

Die Unterkunft wurde von der Uni für die internationalen Studierende gestellt. Die Miete beträgt insgesamt etwa 160€ pro Monat. Hierfür bekommt man eine vergleichsweise sehr geräumige Wohnung mit Schreibtisch, Futon, kleiner Küche, Kühlschrank, Mikrowelle und Reiskocher, sowie ein Bad inklusive Dusche und Waschmaschine, sowie natürlich auch einen kleinen Balkon. Zusätzlich hat das Gebäude noch einen Gemeinschaftsraum mit Tischen und einem Fernseher.

Das Wohnheim ist sehr zentral gelegen. Direkt gegenüber gibt es einen 7/11, indem man alles bekommt, was man um 4 Uhr nachts spontan so brauchen kann. Alles andere Wichtige ist keine 5 Minuten zu Fuß entfernt. Hierzu gehören eine Bahnstation, ein Supermarkt, eine Mall mit allem, was man brauchen kann, etliche Restaurants, und eine Haltestelle für den Shuttle Bus zur Uni. Es ist jedoch auch gut möglich, zur Uni zu laufen, was etwa 15 Minuten dauert.

Hiroshima selbst ist zwar nicht die schönste Stadt Japans, aber dennoch ein Erlebnis wert! Man findet alles, was man von einer japanischen Großstadt erwarten kann. Viele kleine Restaurants, Tempel und einige Sehenswürdigkeiten wie z.B. den Friedensdom. Hinzu kommt noch Miyajima, eine Insel vor Hiroshima, welche offiziell zu einem der drei schönsten Orte Japans gehört - meiner Meinung nach auch zurecht.

Wie fandest du das Land, in dem du warst?

Absolut fantastisch! Da ich schon vorher ein großer Japanfan war, wusste ich schon größtenteils, was mich erwartet, wodurch ich auch keinen wirklichen Kulturschock empfand. Stattdessen war es so ziemlich alles, was ich erwartet und mir erhofft hatte. Ich war von Anfang bis Ende von Japan begeistert, und es wird sicher nicht das letzte Mal gewesen sein, dass ich dort war.

Was ist deine liebste Erinnerung aus dem Auslandssemester? Irgendwelche Top Tips, die du gerne teilen möchtest?

An erster Stelle steht definitiv meine Übernachtung auf Miyajima. Wir konnten dort zusammen mit Mitgliedern des Ciao Clubs,

dem Club der Uni, welcher sich mit den internationalen Studierenden beschäftigt, im Seminarhaus der Uni übernachten, welches direkt am Meer gleich neben dem Anlegerhafen der Fähre liegt. Dort gibt es neben dem berühmten roten Torii auch eine große Tempelanlage, ein Aquarium, viele Geschäfte für Touristen, gleichzeitig aber auch viel Natur und sogar frei herumlaufende Rehe, die überall anzutreffen sind.

Mein Lieblingsort in Hiroshima war definitiv der Buchladen in der Mall, in welchem ich teilweise Stunden am Stück verbracht habe. Unter anderem darum kann ich sehr empfehlen, bereits vorher anzufangen, Japanisch zu lernen, sollte man Interesse daran haben, Manga in ihrer Originalsprache zu lesen. Am Fuß des Hügels auf dem Weg zur Uni gibt es einen kleinen Obst- und Gemüseladen mit vergleichsweise sehr guten Preisen. Sehr zu empfehlen, wenn man sich weiterhin gesund ernähren und gleichzeitig ein wenig sparen möchte.

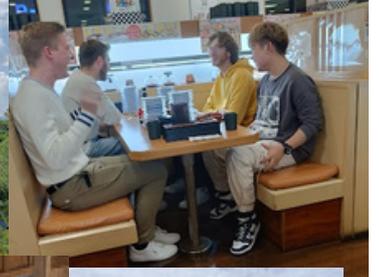
Nach den Vorlesungen habe ich für ein paar Tage in Yugawara, einer Kleinstadt südwestlich von Tokyo, verbracht. Jenseits jedweder Touristenattraktionen war dies die perfekte Gelegenheit, eine authentische Zeit in einer eher ländlich gelegenen Region Japans zu verbringen.

Meine letzten Tage in Japan habe ich in Tokyo verbracht. Definitiv meine beste Erinnerung daran war der Besuch der Comiket, einer riesigen Messe für Doujins und alles rund um japanische Popkultur, welche 2 Mal im Jahr stattfindet, und ungefähr 150.000 Besucher pro Tag hat.

Würdest du beim nächsten Mal etwas anders machen? Was möchtest du anderen auf den Weg geben?

Nicht viel. Ich würde mir schon zu Beginn meine Ausflüge planen und mir eine SIM-Karte zulegen. Außerdem würde ich schon früher damit anfangen, mehr Restaurants auszuprobieren.

Ansonsten kann ich nur empfehlen, sich nicht zu viel Sorgen um alles zu machen. Gerade die Zeit davor kann sehr stressig sein, da es teilweise sehr lange dauert, bis man notwendige Dokumente oder Informationen bekommt. Jedoch hat zumindest bei mir immer alles noch rechtzeitig geklappt.



MARTIN HAACK

KANZLEI FÜR STEUERBERATUNG

Ihr kompetenter Partner für alle Fragen rund um Ihre Steuern

Standort Pforzheim:

Karlsruher Str. 20, 75179 Pforzheim, Tel.: 07231-44909-0

Standort Nöttingen:

Breslauer Str. 2/4, 75196 Remchingen, Tel.: 07232-3672-0

Internet: www.haack-steuerberatung.de

Email: info@haack-steuerberatung.de



LÄSSING
MÜLLER

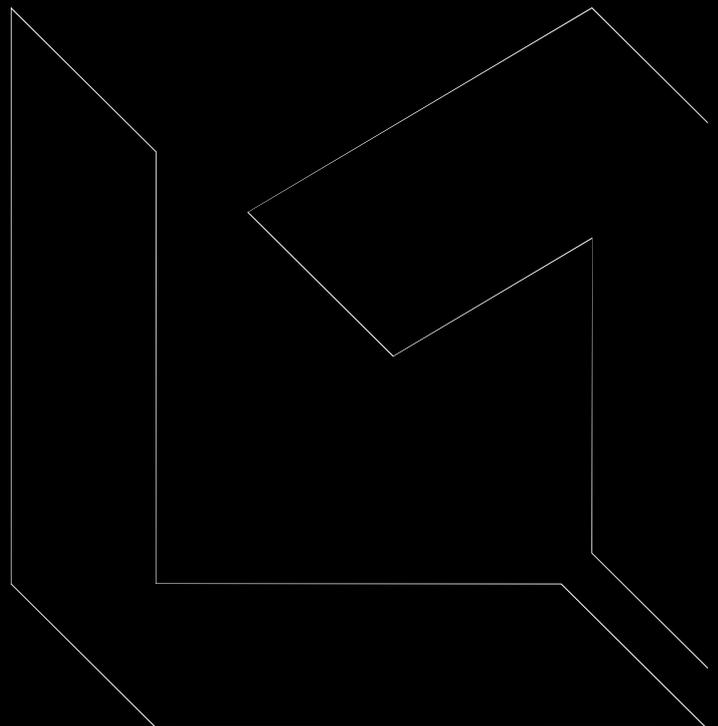
Mittendrin statt nur dabei.

Du suchst nach der passenden Agentur für ein Praktikum? Dann schau mal bei LässigMüller vorbei. Bei uns warten ein tolles Team und spannende Kunden auf dich – in bester Lage, mitten in Stuttgart. Bring dich ein und sammle wichtige Praxiserfahrung in realen Jobs.

Was wir uns von dir wünschen? Pünktlichkeit, Motivation und Spaß an starken Marken. Scanne den QR-Code, schau dich auf unserer Website um und schick uns deine Initiativbewerbung. Wir freuen uns auf dich!



Königstraße 29 \\ 0711 248922 10 \\ info@LMWA.de

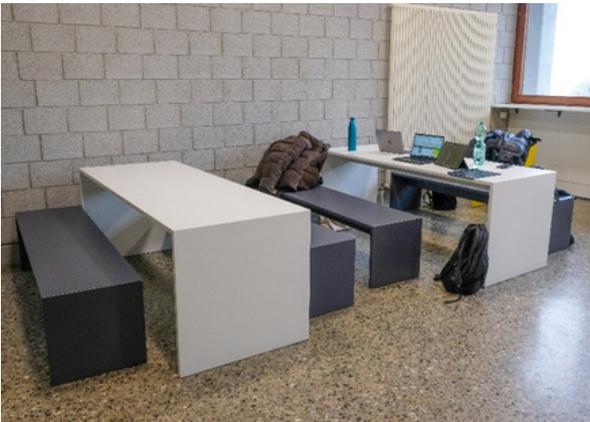




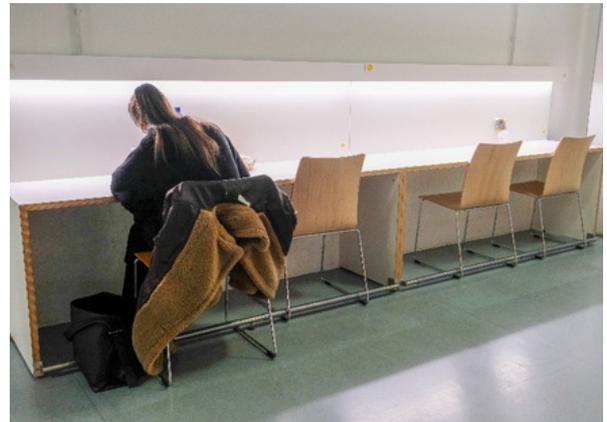
AN DER HOCHSCHULE

IHR SUCHT NOCH EINEN LERNPLATZ?

Dann seid ihr hier richtig!
Also los ... sucht euch euren Lieblingsplatz!



Vor W2.3.15



Durchgang
W2 Gebäude



Vor W2.3.01



Gegenüber des 2. Turms
im W1 Gebäude



Marketinglabor

W2.1.14



Mac-Labor

W2.2.10



Mac-Labor

W2.1.06



Werbelieberaum

W1.1.34

Kleiner Tipp:

Das Marketinglabor ist ideal, um als Erstsemester für den Office-Test zu lernen.

Als Werbeliebemitglied seid ihr jederzeit in unserem Büro willkommen!



Außerhalb des
Career Centers



Außerhalb W1 & W2
Durchgang



Vor dem
Audimax Gebäude



Vorlesungsräume
können als Lernräume
genutzt werden.

Sommerzeit - Lernzeit?

Vor allem im Sommer sind die Plätze draußen sehr begehrt. Holt euch einen Kaffee, genießt die Sonne und lernt mit euren Kommilitonen.



Cafeteria



Chicco di caffè



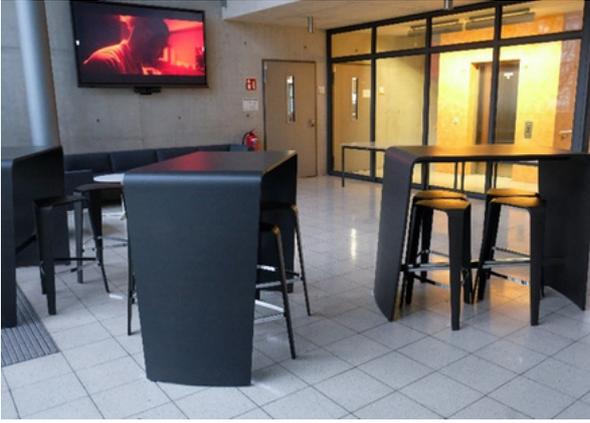
Neben W4.1.06



W4.2.05

Das Chicco di caffè ist perfekt für einen
Mittagskaffee und kleine
Gruppenarbeitsbesprechungen.

In den beiden oberen W4 Räumen habt ihr eure
Ruhe und könnt Gruppenpräsentationen üben.



Neben dem Audimax



Vor dem Audimax



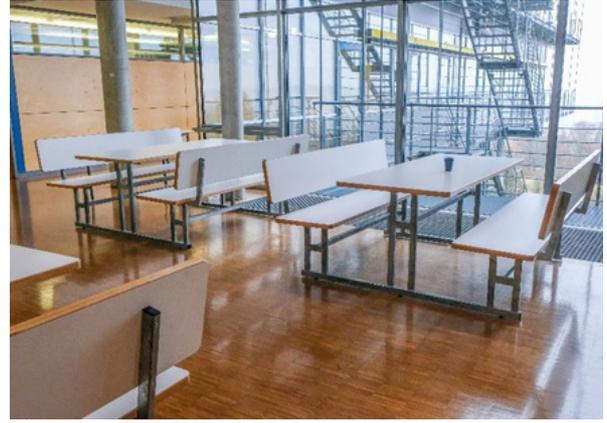
Bibliothek Ebene 2 & 3



Gruppenraum Ebene 3
Bibliothek zum Mieten

Die Bibliothek ist ein beliebter Lernort und
ihr habt einen hervorragenden Ausblick
direkt an der Glasfront.

Über 3 Ebenen hinweg findet ihr Lernflächen und
natürlich Bücher zum Lernen :)



Auch die Technikgebäude bieten hervorragende
Plätze zum Lernen.

Ihr braucht einen Tapetenwechsel?
Dann besucht doch mal unsere Stadtbibliothek und
legt dort eine Lernsession ein!

Ihr wollt währenddessen Kaffee trinken?
Dann wäre das Café Fräulein Ohrt
die richtige Anlaufstelle :)

Wir wünschen euch viel Erfolg beim
Lernen!

Fotografin: Jasmin Leist

DER ULTIMATIVE STUDY GUIDE - FÜR STUDIERENDE ERFOLGREICH DURCH DAS SEMESTER

Das Studentenleben bringt eine Vielzahl von Herausforderungen mit sich, von Vorlesungen und Seminaren bis hin zu Prüfungen und Projekten. Um in diesem Wirrwarr erfolgreich zu navigieren, ist es entscheidend, effektive Lernstrategien und Tools zu nutzen. Ein unverzichtbares Werkzeug für jeden Studierenden ist der Study Guide. Hier erfährst du, wie du einen effektiven Study Guide erstellst, um das Beste aus deinem Studium herauszuholen

1. Strukturiere deinen Semesterplan

Beginne mit der Erstellung eines klaren Semesterplans. Markiere wichtige Termine wie Prüfungen, Abgabefristen und Gruppenprojekte. Ein gut strukturierter Semesterplan dient als Roadmap für deine Studienzeit.

2. Erstelle Übersichtliche Notizen

Nehme dir Zeit, während Vorlesungen und Seminaren effektive Notizen zu machen. Strukturiere sie klar und fasse die Schlüsselkonzepte zusammen. Dies erleichtert das spätere Wiederholen und Verstehen des Stoffes.

3. Organisiere deine Unterlagen Nutze

Ordner oder digitale Plattformen, um deine Unterlagen zu organisieren. Trenne die Materialien nach Fächern oder Themen, damit du schnell auf relevante Informationen zugreifen kannst.

4. Setze klare Lernziele

Definiere klare Lernziele für jedes Semester. Dies könnte das Erreichen bestimmter Noten, das Verstehen komplexer Konzepte oder die Verbesserung bestimmter Fähigkeiten umfassen. Die Festlegung von Zielen hilft dir, fokussiert zu bleiben.

5. Nutze Lerngruppen

Bilde Lerngruppen mit Kommilitonen. Der Austausch von Wissen und die Diskussion von Themen können das Verständnis vertiefen und neue Perspektiven eröffnen. Lerngruppen können auch bei der Vorbereitung auf Gruppenprojekte unterstützen.

6. Integriere multimediale Lernressourcen

Ergänze deine traditionellen Lernmaterialien mit multimedialem Content. Videos, Podcasts und interaktive Online-Ressourcen können helfen, komplexe Themen besser zu verstehen und das Lernen interessanter zu gestalten.

7. Verwende Lern-Apps

Nutze spezielle Lern-Apps, die auf dein Studienfach zugeschnitten sind. Von Flashcard-Apps bis zu interaktiven Quiz-Plattformen – diese Apps können das Lernen effizienter und unterhaltsamer gestalten.

8. Evaluierung und Anpassung

Regelmäßig überprüfe deinen Study Guide und passe ihn an. Wenn du feststellst, dass bestimmte Strategien nicht effektiv sind, sei bereit, Anpassungen vorzunehmen. Flexibilität ist der Schlüssel zum erfolgreichen Studium.

Top Apps für Studenten:

Goodnotes: Mit der App kannst du easy handschriftliche Notizen klarmachen, Skizzen kritzeln, Diagramme basteln und Anmerkungen machen.

Notion: Mit der App kannst du voll easy Notizen machen, Aufgaben managen, Datenbanken bauen – alles an einem Fleck.

Canva: geiles Grafikdesign-Tool, mit dem du easy professionell aussehende Sachen klarmachen kannst – Grafiken, Präsentationen, Social-Media-Posts, Poster, Einladungen und noch viel mehr.

TEAMS DER WERBELIEBE

Digitalliebe

Jeder weiß, wie wichtig ein ordentlicher Auftritt im Internet heutzutage ist. Deshalb haben wir gleich ein ganzes Team, das sich darum kümmert.

Hier entsteht unsere Online-Präsenz mit allem, was dazu gehört – Instagram, LinkedIn, Website. Angefangen mit Ideen, Redaktionsplänen und Gestaltung bis hin zur Veröffentlichung und regelmäßiger Pflege des Contents.

Eventliebe

Events sind eine feine Sache. Aber auch die müssen sorgfältig geplant werden, damit auch jeder Spaß daran hat. Deshalb haben wir gleich ein ganzes Team, das uns Weihnachtsfeiern, Werbepausen, Jubiläumsfeiern und Klausurtagungen ermöglicht.

Sponsorenliebe

Mit Sponsoren läuft es einfach besser. Den richtigen Sponsor zu finden ist aber nicht immer leicht, so hat dieses Team die Aufgabe das perfekte Match zu finden und gemeinsam mit dem Kundenvorstand eine Partnerschaft aufzubauen.

Film & Foto

Unser Team begleitet Werbeliebe Events wie das Refill von vorne bis hinten. Konzept, Fotos und Filmaufnahmen durch mehrere Kameras, Schnitt, alles findet hier statt und die Ergebnisse können sich jedes Mal sehen lassen. Allerdings haben wir ihnen nicht nur die Aftermovies, sondern auch zahlreiche festgehaltene Erinnerungen zu verdanken.

Refill

1 Kunde, 6 Agenturen, 90 Teilnehmer. Das Refill ist unser größtes Event und bedarf deshalb auch ein eigenes Team zur Planung und Umsetzung. Jedes Jahr veranstalten wir einen zweitägigen Workshop, in dem die Studierenden mit Hilfe von renommierten Kreativagenturen ein Konzept für einen realen Kunden erstellen und präsentieren. In diesen zwei Tagen habt ihr Studis die Möglichkeit Kontakte zu knüpfen, Einblicke in die reale Arbeitswelt zu gewinnen und neue Herausforderungen zu bewältigen. Außerdem erwarten euch eine volle Goodie-Bag und eine Afterparty ;) Das nächste Refill-Event findet schon am 03.04. + 04.04.2024 statt. Wir freuen uns auf euch!

Blutspende

Jedes Semester veranstalten wir in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Roten Kreuz eine Blutspende an der Hochschule. Ein kleiner Pils und eine Goodie-Bag für dich, eine lebensrettende Maßnahme für andere.

Die Termine und Räume werden mindestens in unserer Instagram Story bekannt gegeben.

Für weitere Infos oder Interesse an der Spende könnt ihr uns jederzeit kontaktieren.

Podcast

Unser jüngstes Erfolgserlebnis ist unser Werbeliebe eigener Podcast: Werbeliebe der Podcast – dein Marketing Kick-Start! Auf Spotify, Amazon Podcasts, Apple Music und überall, wo es sonst Podcasts gibt zu hören. Unsere Folgen werden alle zwei Wochen. Wir laden für jede Folge interessante und erfahrene Gäste ein um komplexe Themen wie UX-Design oder Data Driven Marketing für Interessierte leicht verständlich und zugänglich zu machen, sowie Einblicke in verschiedene Jobs und Branchen zu geben. Vielleicht habt ihr schon reingehört oder findet jetzt einen neuen Lieblingspodcast?

Kudenteam

Als studentische Kommunikationsagentur haben wir natürlich auch das Glück bzw. die Aufgabe mit und für richtige Kunden zu arbeiten. Diese variieren von Semester zu Semester und bieten dadurch eine große Vielfalt an Aufgabenstellungen. Die Zusammenarbeit kann von Flyern und Postkarten, über Social Media Präsenz, bis hin zu ganzen Werbekampagnen reichen. Vielleicht habt ihr ja schon das ein oder andere unserer Werke gesehen ;)

WERBELIEBE VORSTAND

Bei der Werbeliebe haben wir drei Vorstände. Jeder hat einen eigenen Aufgabenbereich, dennoch arbeiten sie eng miteinander und haben regelmäßige Absprachen zu allem was so anfällt.

Manuel Hieber

ist unser Personalvorstand und Vorstandsvorsitzender. Er kümmert sich um alle mitgliederbezogenen Aufgaben wie etwa die Aufnahme von neuen Mitgliedern, Auslandsboni und Arbeitszeugnisse.



Larissa Hollstein

ist unser Kundenvorstand. Ihre Aufgabe besteht darin, neue Kunden zu akquirieren die entsprechenden Verträge zu verhandeln und entsprechende Kapazitäten in der Werbeliebe zuzuteilen. Außerdem pflegt sie auch die Beziehung zu bestehenden Kunden. Larissa arbeitet daher sehr eng mit der Sponsorenliebe und natürlich den Kundenteams zusammen.



Marsha Schön

ist unser Finanzvorstand. Sie ist für die Ein- und Ausgänge auf unseren Konten zuständig. Dazu zählt das Zahlen und Schreiben von Rechnungen und die Dokumentation aller Vorgänge. Zudem begleitet sie die Organisation unserer Events und hat stets einen Überblick über die Budgets.



MARKETING DIGEST

Das sind wir :) Das Team Marketing Digest ist für den gesamten Prozess dieses Magazins verantwortlich. Dazu gehören Themensammlungen, Zusammentragen von Praxis- und Auslandsberichten, Sponsorensuche, Durchführung von Interviews, schreiben von eigenen Artikeln, Design, Druck, verteilen der gedruckten Ausgaben und Beispiexemplare an Sponsoren versenden, Veröffentlichung auf der Website und Verbreitung durch z.B. Newsletter, sowie Exemplare an die Landesbibliothek senden.

Der MD wird jedes Semester veröffentlicht und mit dem Abschluss dieser 75. Ausgabe starten wir direkt mit der nächsten Ausgabe.

Das schöne an unserer Arbeit ist, dass man sich jedes Semester neu erfinden kann. Neue Themen, neues Design, neue Berichte, so weht immer ein frischer Wind!



Zoé Hederer de la Peña

Media Management und
Werbepsychologie



Manuel Hieber

Marketingkommunikation
und Werbung



Isabel Kolloch

Marketing



Madlen Hornig

Media Management und
Werbepsychologie



Maïke Dürschmidt

Corporate Communication
Management



Aleyna Dogan

Marketingkommunikation
und Werbung



Johanna Lohse

Marketingkommunikation
und Werbung

SCHLUSSWORT

Hallo nochmal,

zum Abschluss dieses Magazins wollen wir die Chance nutzen und uns bei allen bedanken, die diese Ausgabe möglich gemacht haben:

Unsere Sponsoren
Professoren und Alumni der Hochschule Pforzheim
Unser Finanzvorstand
ChatGPT ;)

Und natürlich bedanken wir uns auch bei euch liebe Lesende.
Ohne euch gäbe es den Marketing Digest nämlich nicht.

Wir hoffen ihr hattet beim Lesen genauso viel Spaß wie wir beim Erstellen und freuen uns schon, euch für die nächste Ausgabe willkommen zu heißen.

Bleibt gesund und startet gut in den immer näher rückenden Frühling!

Euer Marketing Digest Team <3



Werbeliebe e.V.

Tiefenbronnerstraße 65

75175 Pforzheim



@werbeliebe
@refillthebrandevent
@werbeliebe.podcast

