



Pressemitteilung

Freitag, 11. Mai 2007

Produktideen rund um das kommende Hamburger Wahrzeichen – Studenten entwickeln ein Merchandising- Konzept für die Stiftung Elbphilharmonie

„Entwickeln Sie eine strategische Empfehlung für den Ausbau des Merchandise-Angebots für die Stiftung Elbphilharmonie.“ So lautete die spannende Aufgabenstellung an die studentischen Unternehmensberater. Acht Studentinnen und Studenten aus Hamburg, Potsdam und Stuttgart nutzten die Chance mit Kreativität und Begeisterung an dieser interessanten Aufgabe zu arbeiten.

Zahlreiche Rahmenbedingungen mussten dabei beachtet werden. So machten unter anderem die Problematik um die Bildrechte an den Entwürfen, die begrenzten personellen Ressourcen zur Vermarktung und die Tatsache, dass das zu bewerbende Bauwerk noch nicht existiert, das Projekt zu einer besonderen Herausforderung.

Das Ziel der Beratung war ein Merchandising-Konzept für die Stiftung-Elbphilharmonie zu gestalten und Produkt- und Vertriebsideen zu entwickeln. Als Ergebnis der viermonatigen Arbeit wurde ein umfangreicher Produktkatalog mit zahlreichen Ideen für neue Merchandiseprodukte übergeben, der der Stiftung als Arbeitsgrundlage für Verhandlungen mit Lieferanten und Vertriebspartnern dient.

„Von der Speicherstadt zur HafenCity“ ist der Leitspruch der Konzeptidee des Studententeams. Mit diesem Konzept wird eine Brücke zwischen der ereignisreichen Geschichte des Kaispeichers und der Speicherstadt und dem Aufschwung des Hafengeländes durch die Entwicklung der HafenCity geschlagen. Außerdem wird der starke lokale Bezug des künftigen Wahrzeichens herausgestellt.

Dieser Produktkatalog enthält über 15 Ideen und Steckbriefe für neue Merchandiseartikel – vom Golfball über Fruchtgummi und Backstein-Kerze bis hin zur exklusiven „Elbphilharmonie-Gewürzmischung“ und zur „Elbphilharmonie-Schokolade“ wurden vielfältige Produkte für unterschiedliche Zielgruppen vorgeschlagen und Absatzmengen abgeschätzt.

Dieses Projekt des Dachverbandes studentischer Unternehmensberatungen in Deutschland, JCNetwork e.V. wurde unter der Leitung von SUN Non-Profit Consulting e.V. (Elmshorn) und mit Beteiligung der studentischen Unternehmensberatungen uniClever e.V. (Potsdam) und Campus-Konzept Stuttgart e.V. im Zeitraum Dezember 2006 bis April 2007 bearbeitet. Zusätzlich



profitierte das Projektteam von einem Coaching durch die Unternehmensberatung A.T. Kearney. Professionelle Unternehmensberater unterstützten die Studenten in methodischen Fragen.

In Projekten des Pro-Bono Programms „Make a Difference“ engagieren sich studentische Unternehmensberater ehrenamtlich für gemeinnützige Einrichtungen und Organisationen. Das Modell gibt Studenten die Möglichkeit, in Projekten gesellschaftlich relevante Aufgabenstellungen zu bearbeiten und dabei Qualifikationen für das Berufsleben zu sammeln. Gleichzeitig entstehen dem Auftraggeber keine Kosten für die Beratungsleistung. Deswegen können auch komplexe Themen im Rahmen eines solchen Projekts bearbeitet werden und beide Seiten von der Zusammenarbeit profitieren.

Zeilen: 61
Anschläge: 3009

Informationen zu den Projektbeteiligten:
www.stiftung-elbphilharmonie.de
www.jcnetwork.de
www.sun-ev.org
www.uniclever.de
www.campus-konzept.de

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen:

Volker Berkhout
JCNetwork e.V.
Dachverband studentischer Unternehmensberatungen
+49 163 5683421
volker.berkhout@jcnetwork.de

Daten und Fakten zu JCNetwork

- Gründung am 01.Juli 2002 durch 7 studentische Unternehmensberatungen
- Sitz ist in Ilmenau (Thüringen)
- Aktuell 16 Mitgliedsvereine
- Insgesamt sind ca. 800 Studenten im JCNetwork organisiert
- Zielsetzung des Dachverbands ist der Erfahrungsaustausch, die Fort- und Weiterbildung seiner Mitglieder sowie die Abwicklung von vereinsübergreifenden Projekten
- Leitung durch 6 Vorstandsmitglieder
- Halbjährliche Schulungstreffen „JCNetwork Days“ mit zahlreichen Unternehmenspartnern