

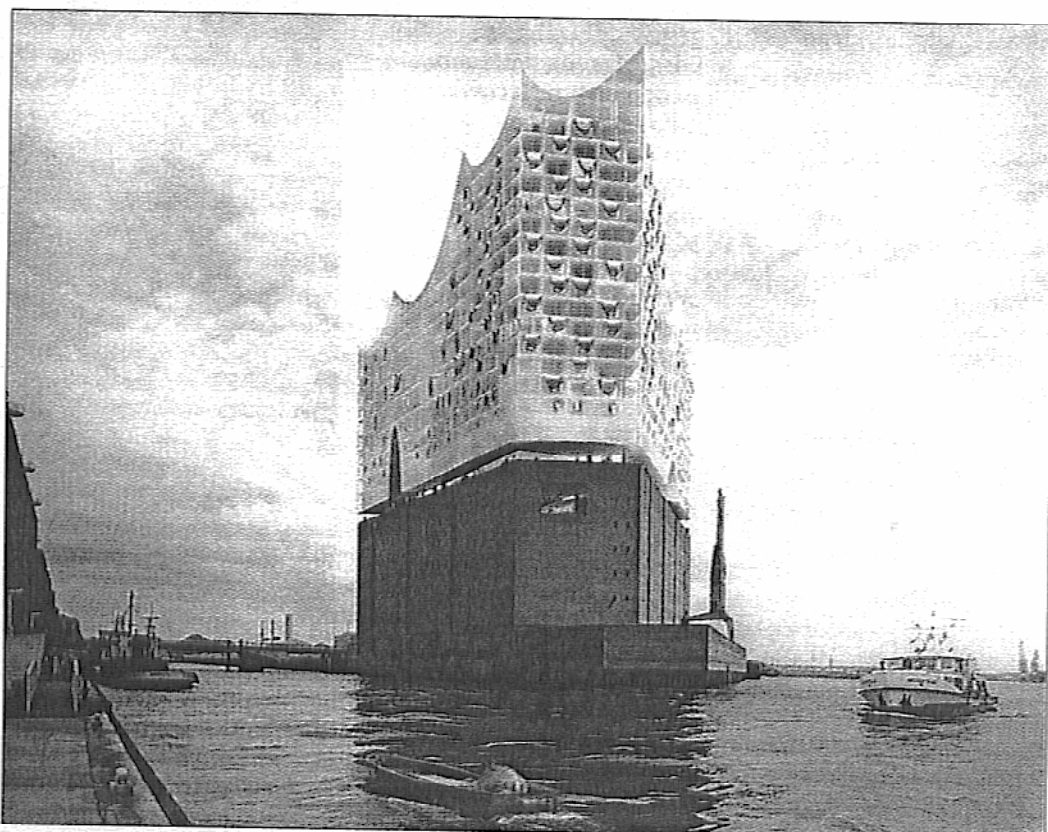
ack auf Elbphilharmonie

Nordakademie beteiligen sich mit kreativen Ideen an Merchandising-Konzept

ng des Mil-
anz neben-
nterstützen.
als Stand-
rmonie, ist
lpunkt des
nzepts der
ernnehmens-

Bauwerk
Welt“

der alten
haben sich
inspirieren
kommen ist
r mit „Scho-
hnen im Ju-
„Elbphil-
ade“ oder
rmonie-Gel-
alles exklu-
erwartungs-
rechen und
schen Vorge-
einzigartige
br zur Welt“



Der zukünftige Kulturpalast im Hamburger Hafen: Die Elbphilharmonie.

Fotos (2): pr

g, dass man
en eine Ge-
kann. Sie
rung hier in
sagt Volker

Berkhout von der „SUN Non-Profit Consulting“ e.V., der studentischen Unternehmensberatung der Nordakademie. Im Kaispeicher A, der das Fundament für die Elbphilharmonie bildet, seien früher Kaffee und Kakao gelagert worden. Das wurde in dem Konzept aufgegriffen. „Wenn man dann später jemanden mit der ‚Elbphilharmonie-Schokolade‘ den Laden verlassen sieht, wäre das schon ein tolles Gefühl“, so Berkhout.

Nach Berechnungen der Studenten könnten bei entsprechenden Verkaufsstellen pro Jahr rund 23 500 Tafeln abgesetzt werden – an Freunde des Hamburger Wahrzeichens, Touristen und vor allem Unternehmen, die mit Präsenten für die Elbphilhar-

monie werben. So weit ist es aber noch nicht. Zunächst muss die Stiftung Elbphilharmonie entscheiden, welche Ideen der Studenten umgesetzt werden können. „Ein finanzielles Risiko kann und will die Stiftung nicht eingehen – schon aus satzungserrechtlichen Vorgaben nicht“, erklärt Ilva Briese.

Das Ergebnis von fünf Monaten Arbeit

Aufgabe der Studenten war es, nicht nur konkrete Produkte samt Stufenplan für die Einführung in der Bauphase der Elbphilharmonie zu entwickeln, sondern auch mögliche Partner für die Herstellung zu ermitteln und Vertriebswege

aufzuzeigen. Diese sollen dazu beitragen, die wirtschaftlichen Risiken zu minimieren und Know-how einzubringen. Dabei betrachteten die Studenten auch Zielgruppen und schätzten Absatzmengen ein. Das Ergebnis der fast fünfmonatigen Arbeit haben die Studenten vor wenigen Tagen an Wibke Kähler-Siemssen, Geschäftsführerin der Elbphilharmonie-Stiftung, übergeben. Der studentische Produktkatalog enthält insgesamt 15 Ideen und Steckbriefe für Merchandise-Artikel. „Es war eine spannende Aufgabe“, blickt Christoph Scharnowski auf die vielen Nachtschichten zurück und fügt hinzu: „Für die Stiftung Elbphilharmonie zu arbeiten, kann man gar nicht ablehnen.“



Mitglieder
monie.