



Pressemitteilung

Studierende und der Außenwerber Ströer unterstützen CSR-Engagement des SV Werder Bremen

Plakatkampagne zu WERDER BEWEGT – LEBENSLANG ab sofort sichtbar

Bremen, Juni 2012. Seit Ende dieser Woche schmückt ein auffälliges Motiv die Werbeflächen im Bremer Stadtgebiet: Hände unterschiedlicher Hautfarben halten einen Fußball, auf dem in Grün und Weiß die Umrisse der Kontinente zu erkennen sind. Der Schriftzug darüber verkündet „Werder bewegt. Mehr als 90 Minuten“. Studierende der Universität Bremen haben dieses Motiv in einem Seminar für die CSR-Marke des SV Werder Bremen, WERDER BEWEGT – LEBENSLANG, entwickelt. Unter der Anleitung von Gastdozent Rüdiger Storim, Geschäftsführer der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, und dem Inhaber des Stiftungslehrstuhls Allgemeine Betriebslehre, Professor Christoph Burmann, beschäftigten sich die Teilnehmer mit den Grundlagen der Außenwerbung. Das Ergebnis ihrer Arbeit ist noch bis Ende kommender Woche auf den Ströer-Plakatflächen in Bremen zu sehen. Die Bereitstellung der zahlreichen Werbeflächen im gesamten Bremer Stadtgebiet wurde durch die Ströer Deutsche Städte Medien GmbH ermöglicht.

Berufsluft schnuppern und Multiplikatoren gewinnen – so fasst Rüdiger Storim die Ziele des Projektseminars an der Universität Bremen zusammen. „Die Studierenden arbeiten unter realistischen Wirtschaftsbedingungen für echte Kunden. Teilnehmende Unternehmen wiederum profitieren nicht nur von einer Werbekampagne, sondern erhalten etwas von unschätzbarem Wert: junge, engagierte Multiplikatoren“, erläutert Storim. Seit 2008 führt der Ströer-Geschäftsführer sein Projektseminar an deutschen Hochschulen durch. An der Universität Bremen findet das Seminar bereits zum dritten Mal statt. In die Grundlagen der sogenannten Out-of-home-Medien – Bildkommunikation, Farbpsychologie und Formen der Außenwerbung – arbeiteten sich die Studierenden am Lehrstuhl innovatives Markenmanagement zunächst theoretisch ein. Die praktische Umsetzung begann, als der Kunde ins Spiel kam. Bernd Sonnemann, Leiter der Ströer-Niederlassung Bremen, war es, der den SV Werder Bremen dafür auswählte. „Die Grün-Weißen kümmern sich mit ihrer CSR-Marke auch um Themen abseits vom Profifußball. Für die Studierenden ist der Verein ein interessanter Kunde und wir können unseren langjährigen Partner Werder auf diese Weise in seinem gesellschaftlichen Engagement unterstützen“, begründet Sonnemann die Entscheidung.

Das Briefing der Studierenden übernahm Anne-Katrin Laufmann, Direktorin des CSR-Managements des SV Werder Bremen. Sie erläuterte Aufbau und Ziele des Corporate-Social-Responsibility-Konzeptes WERDER BEWEGT. „Es für uns wichtig, dass sowohl die Bevölkerung als auch Vereine,

Pressekontakt:

SV Werder Bremen/CSR-Management
Anja Kelterborn · Tel: (+49) (0421) 43 45 9 4390 · Fax: (+49) (0421) 43 45 9 4090 · anja.kelterborn@werder.de



Pressemitteilung

Institutionen und Unternehmen durch die Plakate erfahren, dass wir uns über den Fußball hinaus sozial engagieren“, meint die Abteilungsleiterin. Um diese Aufgabe zu bewältigen, teilten sich die Seminarteilnehmer in fünf studentische Werbeagenturen auf. Innerhalb weniger Wochen erarbeiteten sie Plakatentwürfe und entwickelten Ideen für crossmediale Werbeformen wie Swingcards in Straßenbahnen oder Banner auf Internetseiten. Anfang Juni stellten die Studierenden ihre Ideen dem Werder-Präsidenten Klaus-Dieter Fischer, den Marketingverantwortlichen des Vereins und den Mitarbeitern des CSR-Managements in einem Pitch vor. Klaus Filbry, Geschäftsführer Marketing, Management und Finanzen des Bundesligisten, zeigte sich überrascht. „Wir waren von den professionellen Präsentationen sehr beeindruckt. Die Studierenden haben unsere bisherige Kommunikation intensiv analysiert, adaptiert und hervorragend auf ihre Entwürfe übertragen“, resümierte Filbry.

Entsprechend schwer fiel es den Werder-Vertretern sich für einen Entwurf zu entscheiden. Ausschlaggebend war letztlich, dass das Motiv verschiedene Botschaften intelligent zusammenführt und WERDER BEWEGT – LEBENSLANG als weltweites Thema präsentiert. Das Plakat der Gewinner-Agentur hängt noch bis zum 7. Juli im Bremer Stadtgebiet. Durch die Befragung von Passanten wollen die Studierenden Informationen über den Erfolg der Kampagne gewinnen. In den kommenden Wochen leiten sie daraus weiterführende Marketingempfehlungen ab, die sie dem SV Werder Bremen am 17. Juli während einer Pressekonferenz vorstellen werden.

Pressekontakt:

SV Werder Bremen/CSR-Management
Anja Kelterborn · Tel: (+49) (0421) 43 45 9 4390 · Fax: (+49) (0421) 43 45 9 4090 · anja.kelterborn@werder.de