

Werbe-Profi gibt Schülerfirmen Tipps

Auch in diesem Jahr beteiligen sich die 8. Klassen der Hauptschule Helmbrechts am Wirtschaftsplanspiel „Beachmanager“. In diesem Spiel arbeiten die Schüler in 3er- und 4er-Teams zusammen in einer Firma, die Sportgeräte an einem Badensee vermietet. Aufgabe ist es, durch geschicktes Einstellen von Hilfskräften und angemessenes Einkaufen von Surfbrettern und Tretbooten zur Spitze der 32 besten Teams von Bayern vorzudringen, um dann die Qualifikation für die Endrunde in München zu erreichen.

Seit Dezember spielen nun die 8. Klassen eifrig insgesamt sechs Saisons theoretisch durch – rechnen, kalkulieren und geben ihre Entscheidungen in ein vom Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft e.V. entwickeltes Programm ein, das dann tatsächliches Wirtschaftsgeschehen simuliert.

Bei dieser Firmen-Simulation ist aber auch Praxis gefragt: So soll durch Entwurf und Gestaltung von Werbeplakaten der Bekanntheitsgrad der Unternehmen am See erhöht werden. Um zusätzlich die Chancen zur Qualifikation in die Zwischenrunde zu erhöhen ist ein Kontakt zu einer „echten“ Firma notwendig. Warum also nicht ein Kontakt zu einer Firma, die sich mit Werbung auskennt, und den Teams der 8. Klassen, aber auch den Helmbrechtser Schülerfirmen (Foto-Firma, Firma „SchuelerEXE“, Schülerfirma Handwerk und Bistro „La Fit“) wertvolle Tipps an die Hand geben kann?



Gruppenfoto mit Michael Bitzinger, 3. von links, neben Lehrer Hermann Reichel, Lehrerin Brigitte Sauerteig ganz rechts

Schnell knüpften wir Kontakte zu „Bitzinger – computer und internet solutions GmbH“ und stießen auf offene Ohren. Wir packen also unsere Plakate zusammen und schicken eine Delegation bestehend aus Schülern und Lehrern beider Klassen nach Hof. Michael Bitzinger, der Gründer der Firma, empfängt uns im Besprechungsraum und erzählt kurz wie sich sein Betrieb noch während seiner Schulzeit aus dem elterlichen Keller 1998 vom Computerschrauben heraus gemauert hat zu einem Unternehmen, das Internetauftritte für kleine, mittlere und größere Firmen entwickelt (z.B. Höllensprudel). 2005 ist der Umzug in größere Räume in die Ossecker Str. in Hof erfolgt. Mittlerweile sind vier Mitarbeiter fest beschäftigt. Einer davon ist Sebastian Faltenbacher. Er ist Mediengestalter Print, also jemand, der für die Gestaltung von Druckprodukten ausgebildet ist - unser Mann. Von ihm erfahren wir, sympathisch verpackt, was an unseren Entwürfen gut, was weniger gut ist.



Sebastian Faltenbacher nimmt unsere Plakate unter die Lupe.

Beim ersten Plakat stellt er fest: Ein Blickfang (Eyecatcher) ist sicher ein vom Normalen abweichendes Format (z.B. Surfbrett). Auch Dinge, die aus dem Plakat herausragen tragen zur positiven Wirkung bei (Sonnenschirm, Surfbrettflosse). Die Schrift muss gut strukturiert sein: Das Wichtigste groß und auffällig, weniger Wichtiges kleiner und abgesetzt. Eine Aufteilung des Plakats nach dem „goldenen Schnitt“ ist eine Regel, die ebenfalls beachtet werden sollte. Sie sollte nicht symmetrisch sein, sondern es sollte z.B. entweder der Himmel oder das Meer etwas über die Hälfte einnehmen - die Sonne, Menschen und anderes nicht in der Mitte platziert werden. Dieser „goldene Schnitt“ entspricht dem Schönheitsempfinden der Menschen. Der Mensch selbst ist danach proportioniert.

Ein Plakat nach dem anderen arbeitet Sebastian Faltenbacher mit uns ab und gibt uns dabei eine Fülle von Tipps an die Hand, die wir sowohl bei der Verbesserung unserer Entwürfe einsetzen, als auch für Werbemaßnahmen der Schülerfirmen verwenden können. Als Dreingabe bekommen wir noch Muster für Visitenkarten und Briefpapier als Anregung zur Gestaltung entsprechender Produkte für die Schülerfirmen. Beim anschließenden Rundgang durch den Betrieb kann der Firmenchef Michael Bitzinger deutlich zeigen, dass sein Betrieb inzwischen in die vormals großzügig bemessenen Räume gewachsen ist.