Marketing aus der Theorie in die Praxis

Studierende der Hochschule Aalen entwickeln Konzept für regionales Start-up

26.02.2021 | Die Erfolgsgeschichte des „ADCase“ geht weiter und Studierende der Hochschule Aalen schreiben sie mit: Mit seiner innovativen Smartphone-Hülle trat Philip Frenzel bereits im Fernsehen auf. Mittlerweile ist der Alumnus der Hochschule Aalen ein erfolgreicher Unternehmer und hat die mechatronic factory GmbH gegründet. Studierende seiner Alma Mater haben jetzt in Kooperation mit dem INNO-Z Marketingkonzepte für das neueste Produkt der Firma entwickelt.

Eine Handyhülle, die sich automatisch zuklappt, wenn das Handy auf den Boden fällt – mit dieser Idee wurde Philip Frenzel bekannt und trat bei der Show „Das Ding des Jahres“ auf. Der ehemalige Mechatronik-Student der Hochschule Aalen, der später einen Forschungsmaster draufsetzte, sitzt mit seinem Unternehmen im INNO-Z. Zur Vermarktung seines neuen Produktes hat er sich jetzt die Unterstützung seiner „Nachfolger“ geholt. Studierende der Studienangebote Technical Content Creation und User Experience unterstützten ihn bei der Einführung seines neuen Produkts.

Wie entwickelt man ein Marketingkonzept? Welche Informationen zu Zielgruppen und Markttrends braucht man, um ein Produkt erfolgreich zu bewerben? Und wie setzt man Marketinginstrumente effektiv und effizient ein? Diesen Fragen stellten sich die Studierenden in ihrem Praxisprojekt bei der Kooperation zwischen der Hochschule Aalen und dem INNO-Z.

Dazu erstellten die Studierenden zum Beispiel eine Customer Journey Map. Damit werden sämtliche Schritte des Kunden auf seinem Weg zum Produkt analysiert. Auf der Grundlage der Ergebnisse erarbeiteten sie Empfehlungen für das Off- und Onlinemarketing, beispielsweise eine wirkungsvolle Social-Media-Strategie oder Empfehlungen zum Community Building.

Für die erste Version des „ADcase“ von Frenzel, die 2018 einen regelrechten Hype erlebte, gab es kein Marketingkonzept, da „es sich verselbstständigt hat“, wie der Erfinder sagt. Deshalb habe sich die Zusammenarbeit mit der Hochschule angeboten. Er ist begeistert von den Projektergebnissen. Sie liefern ihm hilfreiche Anhaltspunkte, welche Kommunikationskanäle sich für den Produktlaunch am besten eigenen: „Social

Media wird für den Start am einfachsten sein“, sagt Frenzel.

Doch nicht nur sein Unternehmen profitiert von der Kooperation, die Studierenden konnten durch die breitgestreuten Themen und unterschiedlichen Aufgabengebiete lernen, wie Marketing in der Praxis angewandt wird. Darüber hinaus ermöglichte das Unternehmensprojekt den Studierenden einen exklusiven Einblick in die Gründerszene und das Innovationszentrum Aalen. „Das Spannende am Projekt war die direkte Zusammenarbeit mit dem Unternehmen und die Arbeit mit einem realen Produkt. Ich finde, dieses Vorlesungsmodell ist eine gute Kombination, um die Theorie aus der Vorlesung mit der Praxis zu verknüpfen, sodass man die Inhalte besser verinnerlicht“, lobt Philip Lankes, der User Experience im vierten Semester studiert.

Da die Kooperation zwischen der Hochschule und der mechatronic factory GmbH so erfolgreich funktioniert hat, würde Frenzel das Projekt jederzeit wiederholen. Das Marketingprojekt wird im Sommersemester 2021 mit einem weiteren Start-up des Innovationszentrums weitergeführt.