

Digital Marketing Monday erstmals in einem komplett digitalen Setting

Neun Firmen, neun Aufgaben und neun Minuten Zeit: Beim Digital Marketing Monday präsentierten Studierende der FHWien der WKW dem Publikum eigene Kommunikations- und Marketingkonzepte.

Wien, 19.05.2020 – Am Montag, dem 11. Mai 2020, fand die 11. Ausgabe der Eventreihe „Mobile Monday“ erstmals in einem komplett virtuellen Setting als „Digital Marketing Monday“ statt. Studierende der Bachelor-Studiengänge Kommunikationswirtschaft und Marketing & Sales der FHWien der WKW präsentierten ihre innovativen ganzheitlichen Kommunikations- und Marketingkonzepte.

Eine Expertenjury bewertete die Konzepte der Studierenden

Die Projektarbeiten der englischen Gruppe von Lektor Harald Winkelhofer sowie jene der deutschen Gruppe von Lektorin Jacqueline Resch, die im Zuge der Lehrveranstaltung „Mobile Marketing“ erarbeitet wurden, traten gegeneinander an. Durch die Veranstaltung führte Academic Coordinator Martina Zöbl. Eine Digital-Marketing-Expertenjury evaluierte die Konzepte der Studierenden. Welches der Teams aber schlussendlich den Sieg davontrug, entschied das Publikum via Online-Voting.

Studierendenprojekte auf Agenturniveau

Die Studierenden überzeugten mit professionellen Präsentationen auf Agenturniveau. Vor dem Hintergrund der Corona-Krise bewiesen die Teams ein großes Maß an Flexibilität, nahmen die Krise in ihre Kommunikationsstrategie auf und gingen auf die sich daraus resultierende besondere Situation der AuftraggeberInnen gekonnt ein.

Urlaub daheim mit *bus dich weg!* und *Vanillas Wien*

Das Team *bus dich weg!* überzeugte mit einer durchdachten Customer Journey, die auf Customization setzte. Unter dem Titel „Corona Krise – Urlaub daheim“ entwarfen die Studierenden eine humorvolle Kampagne, die auf Vergleiche zwischen Situationen zu Hause und Eigenschaften der Urlaubsorte abzielte. Unter dem Motto „Celebrate the sweet life every day“ entwickelte die Gruppe *Vanillas Wien* eine ausgeklügelte Social-Media-Kampagne, die auf Geotargeting sowie die Verknüpfung mit Wetterinformationen setzte.

Gelebte Nachhaltigkeit mit *ERUi Cosmetics*, *VIS A VIS* und *Child Destiny Foundation*

Das Studierenden-Team *ERUi Cosmetics* stand vor der Aufgabe, die Awareness für diese junge Naturkosmetikmarke zu steigern und setzte dabei auf Video-Content und Social Media. Durch die Verknüpfung von on- und offline gelang ein durchdachter gesamtheitlicher Ansatz für eine Zielgruppe, die Bio-Produkte lokal kaufen möchte. Die Gruppe *VIS A VIS* entwarf ein Maßnahmenpaket basierend auf einer ästhetischen Bilderwelt, das in der Kommunikation vor allem die Aspekte lokale Slow Fashion und Nachhaltigkeit betont. Maßnahmen zur Professionalisierung des Online-Auftritts der NGO stellte das Team *Child Destiny Foundation* vor. Die Organisation betreibt Tagesstätten für beeinträchtigte Kinder in Afrika – eine besondere Herausforderung in der Kommunikation, welche das Studierenden-Team bravourös meisterte.

Kleine Wünsche und große Träume mit Santander und Vermarktung der Porsche-Ski-App

Die Gruppe *Santander Consumer Bank Österreich in Kooperation mit Österreichische Post AG* entwarf eine impactstarke Kampagne mit dem Kommunikationsziel, kleine Konsumwünsche sofort

PRESSEINFORMATION



erfüllbar zu machen. Sie legte den Fokus auf innovative Audio-Ads, die Bilder im Kopf erzeugen sollen.

Das Team *Porsche in Kooperation mit Österreichische Post AG* hatte die herausfordernde Aufgabe, die Userzahlen einer bereits gelaunchten Ski-App der Porsche Holding Gesellschaft m.b.H. zu steigern. Dies gelang durch direkte emotionale Botschaften unter dem Hashtag „#unraceable“ und mit einer ausgewogenen Kombination von On- und Offlinemaßnahmen.

Corporate Identity für *EDELWEISS CONSULTING* und *Physiopraxis-Wien Babak RABIEI*

Das Team *EDELWEISS CONSULTING* entwickelte eine Gesamtstrategie für die Optimierung der Website des jungen Beratungsunternehmens. Durch neue Farbcodes wurde die Corporate Identity (CI) des Unternehmens gestärkt. Mit der Ausarbeitung einer kompletten CI und dem Markenaufbau wurde die Gruppe *Physiopraxis-Wien Babak RABIEI* beauftragt. Das Team bestach durch professionelle Kreationen im Bereich Logo- und Farbkonzeptentwicklung und ein Imagevideo.

Großes Lob an die Studierenden-Teams

Die Expertenjury mit Michael Labschütz (Product Development, E2 Communications GmbH), Gerhard Guenther (CEO und Co-Founder, Digitalsunray Media GmbH) und Christian Graf (CEO und Founder, CeeQoo – Digital Solutions) sprach den Studierenden-Teams ein großes Lob für die professionelle Umsetzung der einzelnen Projekte aus. Besonders hob sie dabei die Flexibilität in Hinblick auf die Corona-Krise sowie die Durchdachtheit und Ganzheitlichkeit der Kommunikations- und Marketingansätze hervor, die auf der genauen Analyse der Anforderungen der AuftraggeberInnen fußten. Auch die AuftraggeberInnen zeigten sich von den wohlüberlegten und bis ins Detail ausgearbeiteten Konzepten begeistert. Schlussendlich gewann das Team *Porsche* klar das Online-Publikumsvoting, gefolgt von *bus dich weg!* und *VIS A VIS*.

Studiengangsleiterin und Head of Department of Communication Sieglinde Martin lobte zum Abschluss das große Engagement der Studierenden in der Umsetzung trotz schwieriger Rahmenbedingungen und drückte ihren Stolz darüber aus, dass diese Veranstaltung im Online-Setting mit so vielen TeilnehmerInnen perfekt über die Bühne ging. Wir gratulieren allen Teams zu ihren erfolgreichen Präsentationen und danken der Jury, allen Beteiligten sowie den AuftraggeberInnen für die ausgezeichnete Zusammenarbeit!

Die Lehrveranstaltung „Mobile Marketing“ ist Teil des Wahlpflichtfächerkorbs der folgenden Bachelor-Studiengänge:

[>> Über den Bachelor-Studiengang Kommunikationswirtschaft](#)

[>> Über den Bachelor-Studiengang Marketing & Sales](#)

Fotos zur Presseaussendung über den Digital Marketing Monday 2020:

[Welcome](#)

[Studierenden-Teams](#)

[Jury und Lehrende](#)

Bildrechte: FHWien der WKW

FHWien der Wirtschaftskammer Wien (WKW)

Die FHWien der WKW ist seit über 25 Jahren am Markt und Österreichs führende Fachhochschule für Management & Kommunikation. Eng vernetzt mit heimischen Unternehmen bietet die FHWien

PRESSEINFORMATION



der WKW eine ganzheitliche und praxisbezogene akademische Aus- und Weiterbildung für über 2.800 Bachelor- und Master-Studierende. Zwei Drittel der Lehrenden kommen direkt aus der Wirtschaft. Ein exakt auf die Bedürfnisse der Unternehmen zugeschnittenes Lehr- und Forschungsangebot bereitet die AbsolventInnen – bislang rund 11.000 – optimal auf ihre Karriere vor.

Rückfragen & Kontakt:

Bernhard Witzeling

Head of Corporate Communication, Marketing and Alumni&Co, Press Officer

Tel.: +43 (1) 476 77-5733

presse@fh-wien.ac.at