

PRESSEINFORMATION

Wenn Ideen zu Produkten werden

Studierende des Instituts für Kommunikation, Marketing & Sales der FH Wien qualifizierten sich zum vierten Mal in Folge für internationales Brandstorm-Finale in Paris.

Wien, am 08.06.2012 - Mit ihrem Konzept für eine Gesichtspflegeserie im Einklang mit Positionierung und Markenwerten von *The Body Shop* setzten sich Marcus Mayer, Alexandra Nowak und Alexander Zeman von den FH Wien-Studiengängen der WKW bei der Österreich-Entscheidung des L'Oréal Brandstorm Wettbewerbs 2012 gegen die starke Konkurrenz von anderen Hochschulen durch. Die Studierenden des Instituts für Kommunikation, Marketing und Sales sind damit von 12.-14. Juni zum vierten Mal in Folge zum Finale des internationalen Wettbewerbs in Paris eingeladen. Dort treten sie im direkten Vergleich gegen die nationalen Siegerteams aus 43 Ländern an.

Das Gewinner-Team vom BA-Studiengang Marketing & Sales setzte sich mit der Produktidee Tea & Mask gegen vier andere exzellente Projekte durch. Tea & Mask besteht aus Gesichtsmasken für unterschiedliche Hauttypen, denen nach Genuss von Kräutertees die verbliebenen Teeblätter zugemischt werden. Damit wird Schönheit von innen und außen sowie wahlweise ein entspannender, belebender oder reinigender Effekt erzielt. Die Kräuter werden in verschiedenen Teilen der Welt unter Berücksichtigung von Fair Trade gewonnen. „Das Siegerteam hat besonderen Wert auf die Nachhaltigkeit und Einzigartigkeit der Produktlinie gelegt und durch sein Out-of-the-box-Denken auch die nationale Jury überzeugt. Ich wünsche den Studierenden viel Erfolg für ihre Präsentation in Paris!“, führt Sieglinde Martin, Leiterin des Instituts für Kommunikation, Marketing und Sales, an.

L'Oréal Brandstorm Wettbewerb Österreich

Brandstorm wird an Wirtschaftsuniversitäten und Fachhochschulen in ganz Österreich vorgestellt. Aus 26 Teams à drei Personen konnten sich fünf Studierendenteams für das Österreich-Finale des Wettbewerbs qualifizieren. Die TeilnehmerInnen schlüpfen in die Rolle von BrandmanagerInnen und entwickeln ein Marketingkonzept für ein neues Produkt von L'Oréal. Heuer betraf es *The Body Shop*, wo soziale Verantwortung, Community Fair Trade und Umweltschutz stark im Vordergrund stehen. Unterstützt werden sie bei der grafischen Umsetzung der Kommunikationskampagne und Visualisierung der Produktidee von der Agentur McCann Erickson.

Die Jury setzte sich aus VertreterInnen des Managements von L'Oréal Österreich und WirtschaftsprofessorInnen zusammen. Die wichtigsten Bewertungskriterien für die präsentierten Konzepte waren Innovation der Produktlinie und Service, Analyse, strategischer Ansatz und dessen Kohärenz, Werbung und Promotion sowie Präsentation und Teamgeist. Auf die drei Sieger-Teams von Paris warten Städtereisen im Gegenwert von 2.500, 5.000 bzw. 10.000 Euro.

FH Wien-Studiengänge der Wirtschaftskammer Wien (WKW)

Die FH Wien - Studiengänge der WKW - ist Österreichs führende Fachhochschule für Management und Kommunikation. Eng vernetzt mit den heimischen Unternehmen bietet die FH Wien eine ganzheitliche und praxisbezogene akademische Ausbildung für derzeit rund 2.400 Bachelor- und Master-Studierende. Mehr als 700 der insgesamt rund 900 Lehrenden kommen direkt aus der Wirtschaft. Ein exakt auf die Bedürfnisse der Unternehmen zugeschnittenes Lehr- und Forschungsangebot bereitet die AbsolventInnen - bislang knapp 5.000 - optimal auf ihre Karriere vor.

PRESSEINFORMATION

Rückfragehinweis:

Mag. Martin Pittner, MA
Public Relations

Institut für Kommunikation, Marketing & Sales
FH Wien-Studiengänge der WKW
M: +43 (0) 664 / 80 476 77 55
martin.pittner@fh-wien.ac.at
www.fh-wien.ac.at/kommas