

PRESSEINFORMATION

Studierende der FH Wien der WKW brillieren gegen internationale Eliteuniversität

Drei Studierende und eine Absolventin des Studiengangs Kommunikationswirtschaft (FH Wien der WKW) gewinnen den international renommierten Wirtschaftswettbewerb “Creative Shock” der ISM University of Management and Economics.

Dabei traten Philipp Gärtner, Adrian Kropidowski, Nadine Nagl und Christoph Thim gegen 1200 TeilnehmerInnen aus über 100 Ländern an. Im Finale am 3. Dezember 2017 in Vilnius (Litauen) setzten sie sich gegen die zweitplatzierten Studierenden der renommierten University of Oxford durch. Sie überzeugten die Jury mit ihrem Business Case und setzten dabei vor allem auf kreative Ideen.

Dazu entwickelten die Studierenden für den Auftraggeber TOMS die Geldbörse “Wallit“, die aus dem Materialüberschuss von bereits bestehenden Produktionen hergestellt wird und das Produktportfolio des Unternehmens erweitern soll. Nach dem “One for One” Prinzip - jedes verkaufte Produkt hilft einem Menschen in Not - sollen mit den Einnahmen der Geldbörse zinsfreie Mikrokredite in Entwicklungsländern finanziert werden. Neben der Bildungs- und Aufklärungsarbeit zu den Themen Finanzen und Unternehmertum, können sich Menschen in Entwicklungsländern mit diesen Kleinkrediten eine wirtschaftliche Existenz aufbauen und einen Weg aus der Armut finden. Das Konzept überzeugte die Jury und lies die Studierenden, vor allem aufgrund der idealen Integration in das bestehende Produktportfolio von TOMS und der kreativen Ideenpräsentation, als Sieger hervorgehen.

Juryvorsitzender Phil Tulba, Social Business Berater lobte das Team: “Als wir in der Jurysitzung über die Idee diskutiert haben, dachten wir, TOMS würde diese Geldbörsen bereits verkaufen. Wir konnten nicht glauben, dass es das Produkt noch nicht im Unternehmensportfolio gibt. Es passt perfekt zur Marke und stimmt mit dem Konzept des Unternehmens überein.” In der Jury saßen unter anderem Mariano Andrade Gonzalez (COO Barclays Litauen), Sigita Morkuniene (Sales Manager Turkish Airlines), Ignas Zurauskas (Senior Analyst Civitta), Hector Alvarez (Founder und CEO Beyond Beanie), Ruth Jenkins (Marketing Manager Belu Water) und Tomas Montvilas (Projekt Manager Exacaster).

„Die Mischung aus Know-how, Kreativität, Engagement und guten Nerven ist wirklich beeindruckend. Solche Erfolge zeigen wieder einmal klar, dass unsere Studierenden auch international zur Spitze zählen. Wir freuen uns sehr und gratulieren ganz herzlich zu diesem

PRESSEINFORMATION

tollen Erfolg“, so Dr. Peter Dietrich, Head of Master's Program Communication Management an der FHWien der WKW.

Das Finale des internationalen Wettbewerbs fand von 30. November bis 3. Dezember in Litauen statt. TeilnehmerInnen aus Indien, England, USA, Deutschland, Thailand, Ukraine, den Niederlanden und Österreich waren vertreten. In der ersten Finalrunde traten die zehn besten Teams gegeneinander an. Die Wiener Studierenden überzeugten bereits hier mit ihrem Konzept und schafften es in die zweite und letzte Finalrunde. Im großen Finale traten sie gegen die Teams der Oxford University (Oxford, England), der Berlin School of Economics and Law (Berlin, Deutschland), der BBA Thammasat University (Bangkok, Thailand) und der LCC International University (Klaipeda, Litauen) an.

FHWien der Wirtschaftskammer Wien (WKW)

Die FHWien der WKW ist seit mittlerweile über 20 Jahren am Markt und Österreichs führende Fachhochschule für Management & Kommunikation. Eng vernetzt mit den heimischen Unternehmen bietet die FHWien der WKW eine ganzheitliche und praxisbezogene akademische Aus- und Weiterbildung für derzeit über 2.700 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 über 9.200 – optimal auf ihre Karriere vor.

Über Creative Shock

Creative Shock ist ein globaler Social Business Wettbewerb für Studierende, der erstmals im Jahr 2011 stattfand. Die Teilnehmer werden jedes Jahr versammelt, um wirtschaftliche Fragestellungen für Unternehmen und Organisationen zu lösen. Im Rahmen des Wettbewerbs werden globale, soziale Geschäftsmodelle konzipiert, die traditionelle Geschäftsstrategien auf soziale Unternehmen und Organisationen anwenden. Studierende aus der ganzen Welt lösen dabei durch strategisches Denken Marketing- und Managementprobleme von Social Businesses. Ein Social Business ist ein profitorientiertes Unternehmen, das es zum Ziel hat, soziale, ökologische und gesellschaftliche Probleme zu lösen.

Rückfragen & Kontakt

Bernhard Witzeling
Head of Corporate Communication
Tel.: +43 (1) 476 77- 5733
presse@fh-wien.ac.at