

://bunte büffel absolviert superstudium.de

05.11.2007, 12:00 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *://bunte büffel*

Presseagentur: *Walter Visuelle PR GmbH*

Baden-Badener Agentur entwickelt Nachwuchskampagne für den Ingenieurberuf

Baden-Baden, 05. November 2007. „Nix zukunftslos“ und „Nix Hartz IV“ – eine Imagekampagne für das Berufsbild Ingenieur hat die Werbeagentur *://bunte büffel* für den Zentralverband Elektrotechnik und Elektroindustrie e.V. (ZVEI) entwickelt. Mit der Aktion „superstudium.de“ soll das Problem des Nachwuchskräftemangels im Ingenieurwesen konsequent behoben werden. Superstudium.de will junge Menschen mit einer auf die Zielgruppe angepassten Ansprache für den Ingenieurberuf begeistern. Ein eigens dafür entwickelter Schulkoffer geht dazu an Schulen. Er enthält Informationsmaterial, wie beispielsweise Präsentationsfolien für die Lehrer sowie ein Magazin, Poster und Postkarten für die Schüler. Im Internet werden Jugendliche mithilfe eines multimedialen Trailers auf die Webseite www.superstudium.de neugierig gemacht. Zu sehen ist der Trailer unter anderem bei youtube.com (<http://www.youtube.com/watch?v=F6Hh61WwIeQ>). Auf der Webseite [superstudium.de](http://www.superstudium.de) finden sie auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Informationen rund um das Berufsbild und die Automatisierungstechnik. Gleichzeitig werden Werte vermittelt, die heute bei Jugendlichen in der Berufs- und Studienwahl entscheidende Kriterien sind: Sicherheit des Arbeitsplatzes, die Anerkennung der Leistung, Lohn und Gehalt sowie die Arbeitsatmosphäre. Das ergab sich aus einer von der Agentur durchgeführten Befragung. *://bunte büffel* hat sich seit Jahren auf die Kommunikationsberatung rund um das Thema Generationsmarketing spezialisiert. Die Kampagne für den Fachverband Automation im ZVEI ist ein weiterer Beweis für die gelungene Lust-Impuls-Kommunikation der Agentur.

Der Kampagne ging eine tief greifende Analyse voraus. *://bunte büffel* hat in Baden-Württemberg Jugendliche im Alter zwischen 16 und 19 Jahren an Realschulen und Gymnasien befragt sowie Interviews mit Studenten in den ersten zwei Semestern durchgeführt. Diese Befragung ergab zum einen, dass das Berufsbild „Ingenieur“ bei jungen Menschen falsche Assoziationen hervorruft und letztlich mit etwas Negativem verbunden wurde. „Schüler und Studenten verbinden mit dem Beruf eines Ingenieurs etwas Langweiliges. Dagegen wurde sich zu Berufszweigen wie Jurist, Manager oder Mediziner begeistert geäußert. Das wird natürlich auch durch das Fernsehen unterstützt. Durch Serien wie ‚Emergency Room‘ oder ‚Richterin Barbara Salesch‘ identifizieren sich Jugendliche mit genau diesen Berufen. Während nur zwölf Prozent der Befragten eine annähernde Vorstellung davon hatten, was ein Ingenieur überhaupt macht, konnten die anderen Berufsbilder problemlos mit bestimmten Tätigkeiten besetzt werden. Das zeigte eindeutig: Für den Nachwuchs ist das Berufsbild des Ingenieurs gesichts- und charakterlos“, führt Dipl.-Kfm. Michael-Mark Grütling, Inhaber der Agentur *://bunte büffel*, aus.

Daneben waren weitere Klippen in der Kommunikation zu umschiffen, die sich in der Zielgruppenbefragung klar herausgestellt hatten: Jugendliche wählen ihre Studienrichtung nach dem eigenen sozialen Umfeld und müssen ihre Entscheidung im Freundes- und Bekanntenkreis argumentieren und „verkaufen“. Dies begünstigt den Trend zu den gefragten Studienrichtungen Jura, BWL und Medizin. Weiterhin fehlte von Seiten der Unternehmen eine geeignete Ansprache von Jugendlichen, die sich noch in der Entscheidungsphase für ein Berufsbild befinden. Nicht zuletzt fehlte auch eine auf junge Menschen angepasste Ansprache und Informationsplattform für die Nachwuchskommunikation.

„Unsere branchenübergreifende Ingenieur-Imagekampagne packt das Problem bei der Wurzel. Jedoch ist die Aktion [superstudium.de](http://www.superstudium.de) erst der Anfang. Die Erkenntnisse, die der Verband in Punkto Jugendansprache gewonnen hat, sollten nun auch die deutschen Mittelständler für ihre Kommunikation und Nachwuchsförderung nutzen“, empfiehlt Generationsmarketing-Spezialist Michael-Mark Grütling. „Fehler in der Nachwuchskommunikation kosten, langfristig betrachtet, Innovationskraft. Letztlich gefährdet das die komplette Marktstellung.“

://bunte büffel

Dipl.-Kfm. Michael-Mark Grütling

Uhlandstraße 18
76593 Gernsbach
Tel.: 07224 / 651763
Fax: 07224 / 6570860
eMail: post@buntebueffel.com
Internet: <http://www.buntebueffel.com>

Portrait

Über ://bunte büffel:

Die Werbeagentur ://bunte büffel kommt aus dem B2B und hat sich mit der Kommunikation für garantierte Lustimpulse ihre Sporen verdient. Dipl.-Kfm. Michael-Mark Grütling ist der Kopf vieler Werbekampagnen im Automotivebereich und der Elektroindustrie. Wenn Schrauben sexy werden sollen, gibt es nur eine Adresse in Deutschland. Referenzen von ://bunte büffel sind unter anderem MANN-FILTER und der Zentralverband Elektrotechnik und Elektroindustrie (ZVEI). Der Firmenname ://bunte büffel ist rechtlich geschützt.

News-ID: 168804 • Views: 1969 (Stand: 17.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/168804/-bunte-bueffel-absolviert-superstudium-de.html>