

Mit Werbeprospekt zur guten Zensur hochgeschaukelt

Zwischen der Holzfirma Jorkisch und der IGS Trappenkamp gibt es eine lebendige Partnerschaft. Jüngstes Projekt: Wahlpflichtkurs Werbung

VON HEIKE HILTROP

DALDORF – Gute Werbung entsteht in einem langen Arbeitsprozess und ist gar nicht so einfach umzusetzen. Wie detailbesessen man in der Branche arbeitet, bis ein Produkt dem Kunden gefällt, konnten in den vergangenen Monaten 16 Schüler der IGS-Trappenkamp in einem Wahlpflichtkurs Werbung erfahren.

Dabei hielten sich die 15 bis 19-Jährigen nicht mit allgemeinen Themen auf, sondern packten unter Leitung von Kunstlehrer und Kursleiter Frank Braun ein ganz konkretes Projekt an: Sie entwickelten einen Prospekt für Schaukeln aus dem Hause Jorkisch in Daldorf. Mit viel Energie und stundenlangem Einsatz über den Unterricht hinaus machten sich die Jugendlichen an die Aufgabe.

„Ein tolles Ergebnis, dass sich nicht hinter professionellen Gestaltungen zu verstecken braucht. Wirklich eine schöne Arbeit“, lobte Marketingchef Ulf Panzer den Prospekt. Nachdem das Ergebnis bereits in der Schule präsentiert worden war, hatte sich am Dienstag eine Delegation aus sechs Schülerinnen des

Kurses zusammen mit ihrem Lehrer und dem Schulleiter auf den Weg nach Daldorf gemacht, um es „dem Auftraggeber“ zu präsentieren: Auf dem genau festgelegtem Farbton Grün prangt der rote – auch das keine x-beliebiger Farbe – Schriftzug „Joda“, darunter firmiert Spielgerät des Daldorfer Holzunternehmens. Schaukelnde Kinder als Hingucker und Schlagzeilen wie „Mit Vollgas ins Leben“ oder „Sicher in die Luft“ betonen die Hauptaussagen: Spielfreude und Sicherheit.

„Vom Aussehen und Anfühlen passt es genau zu uns“, sagte Mario Hölscher von der Geschäftsleitung anerkennend und ergänzte, dass er, wie auch Marketingchef Panzer, sich vorstellen könne, das Ergebnis der Schüler als Basis und Ideenmaterial für 2009 zu verarbeiten. Für die Schüler endete mit den Zensuren – „die wirklich gut ausfallen werden“, versicherte Lehrer Braun – das Abenteuer Werbung. Die Kooperation zwischen der Gesamtschule und dem Holzverarbeiter geht weiter: In Unterrichtsstunden mit Firmenmitarbeitern zum Thema Wirtschaftsbeziehungen oder in anderen gemeinsamen Projekten.



Da hat Marketingexperte Ulf Panzer gut Lachen: Caroline Grotkopp (v.li), Lisa-Marie Steffen, Anna Andresen, Jasmin Demler, Kim Kaeßmann und Vanessa Lenz präsentieren den Prospekt zum Thema Schaukeln, der im Wahlpflichtkurs Werbung der IGS Trappenkamp gestaltet wurde.

Foto: HIL