



Zahlreichen interessierten GSK-Oberstufenschülern erläuterten Stadtbrandmeister Georg Würth, Josef Horstmann von der Provinzialversicherung und Wilhelm Sperling als Koordinator der Kiersper Rauchmelder-Initiative Idee und Ablauf des Marketing-Projektes der Feuerwehr im Rahmen der Projektwoche. ■ Foto: Haase

Einstieg ins Marketing

Feuerwehr bei GSK-Projektwoche: Schüler erarbeiten Rauchmelder-Kampagne 2008

KIERSPE ■ Die Feuerwehr geht an die Gesamtschule und veranstaltet ein Projekt, das gestern zahlreiche Oberstufenschüler äußerst interessant fanden. Das dokumentierte die große Zahl von Jugendlichen, die sich am Vorstellungstag für die nach den Herbstferien stattfindende Projektwoche über dieses Angebot informierten. GSK-Leiterin Monika Hahn warb für die Teilnahme, indem sie deutlich machte, dass das Projekt schon für eine spätere Berufswahl eine Orientierung ermögliche.

Bekanntlich beteiligt sich die Feuerwehr an einem Projekt des Landesverbands der Feuerwehren, um auf die Wichtigkeit von Rauchmeldern in den Häusern hinzuweisen. In dem Rahmen soll nun ein komplettes professionelles Marketingkonzept entwickelt werden, was in der Projektwoche von den teilnehmenden Schülern unter Beteiligung von Fachleuten aus der Branche geleistet werden soll.

Rede und Antwort standen den Jugendlichen gestern Stadtbrandmeister Georg Würth, der Koordinator der Kiersper Rauchmelderaktion, Wilhelm Sperling, und Josef Horstmann von der Provinzialversicherung, die das Engagement unterstützt. Die Schüler erhielten bereits den ersten Input mit dem Slogan: „Rauchmelder können Leben retten.“ Dem folgt die Feuerwehr auch bei ihrer Initiative.

Leitfrage soll sein: Wie sind die Bürger zu Kauf und Installation der Geräte zu bewegen? Grundlagen der Kommunikation, klassische Werbung, Veranstaltungsmarketing und Verkaufsförderung gezielt am Beispiel der Feuerwehr sowie Erarbeitung eines Werbekonzeptes mit Entwicklung von PR-Aktionen und Presstext sollen konkret in die Kampagne 2008 münden. Begleitet wird das Projekt von Agenturmitarbeitern und Pressevertretern, die die nötigen Hilfestellungen geben. ■ rh