

CHAIR IN E-BUSINESS

Kangaroo Seminars

Gemeinsam große Sprünge machen!

Was sind Känguru-Seminare?

Im Rahmen eines Marketing-Seminars nehmen Teams von Studierenden für ein Semester die Perspektive eines kooperierenden Unternehmens ein. Jedes Känguru-Team analysiert die Marktsituation seines Unternehmens und entwickelt ein maßgeschneidertes Online-Marketing-Konzept. Die Konzepte helfen den Känguru-Unternehmen, das Internet zu nutzen, um ihre Märkte zu schützen und auszudehnen.

Wer finanziert die Känguru-Seminare?

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) fördert die Känguru-Seminare im Rahmen des Innovationswettbewerbs „Wirtschaft trifft Wissenschaft“. So können teilnehmende Unternehmen und Studierende nicht nur vom Wissenstransfer, sondern auch von der Förderung profitieren.

Wer nimmt an den Känguru-Seminaren teil?

Kleine und mittlere Unternehmen in und um Sachsen-Anhalt, die die Chancen der rasanten Entwicklung im Online-Marketing erkennen, sowie Studierende der Wirtschaftswissenschaft an der Universität Magdeburg mit Vertiefungen in Marketing und E-Business.

Was bisher geschah:

Das Projekt startete 2008 und wurde bisher in vier Seminaren durchgeführt. Eine Umfrage der 22 Unternehmen im Oktober und November 2010 ergab, dass alle Unternehmen mit dem Projekt zufrieden waren, wobei 13 angaben sehr zufrieden zu sein. Trotz der Wirtschaftskrise konnten die Unternehmen im Durchschnitt einen Mitarbeiterzuwachs von 15,8% verzeichnen. Selbstverständlich kann dieser große wirtschaftliche Erfolg der teilnehmenden Unternehmen nicht nur auf die Auswirkungen der Känguru-Seminare zurückgeführt werden. Allerdings wurden die Unternehmen auf die Bedeutung des Online-Marketing aufmerksam gemacht. Mit Hilfe der Studenten wurden Schwachstellen erkannt, Lösungen gesucht und von den Unternehmen in Eigenregie umgesetzt.

Von den insgesamt 55 Studierenden erreichten wir leider nur 24 für eine Teilnahme an der Befragung. Das ist bedauerlich, da insbesondere jene Studierenden, die ihren Abschluss seit längerem haben, berufstätig sind, in unserer Befragung unterrepräsentiert sind. Von den befragten Studierenden engagieren sich fast 90% weiterhin im Bereich Marketing, wobei 70% angeben, dass ihre Berufswahl im Bereich E-Commerce liegt.