

COLLEGE BLOG**Jokerversuch**

Er ist wieder da – der wohl meist ersehnte Monat aller Studenten. Der Februar ist nicht nur der kürzeste Monat im Jahr, sondern mitunter auch einer der stressigsten Monate. Mindestens zwei Wochen lang werden Studenten auf eine harte Probe gestellt: Klausuren und Hausarbeiten bestimmen über den weiteren Verlauf des Studiums. Unter jenen Studenten befinden sich auch einige, deren gesamte Studienkarriere von einer Prüfung im Letztversuch, dem sogenannten „Jokerversuch“, abhängt. Die CAU bietet ihren Studenten für insgesamt zwei Prüfungen jeweils einen dritten Wiederholungsversuch an. Wie man sich als Student vor einem Jokerversuch fühlt, erzählt eine Studentin aus dem Fachbereich Geografie.

➔ **Mehr lesen Sie** unter: collegeblog.kn-online.de



Bloggerin Madina Muhammad studiert Deutsch und Philosophie an der Kieler Universität.

FOTO: ULF DAHL

CAMPUSNOTIZEN**Anmeldeschluss für Firmenkontaktmesse**

KIEL. Am Donnerstag, 14. Mai, findet die jährliche Firmenkontaktmesse „contacts“ an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU) statt. Während der Veranstaltung haben Unternehmen und Einrichtungen die Möglichkeit, sich unmittelbar auf dem Campus zu präsentieren und künftige Mitarbeiter zu gewinnen. Auf der „contacts“ 2020 sind nur noch wenige Ausstellerplätze frei. Bis zum 11. Februar können interessierte Aussteller noch einen Platz buchen. Die CAU bietet als größte Universität in Schleswig-Holstein mit 27000 Studenten und 190 Studiengängen ein Forum, um Kontakte herzustellen. Anmeldung für Aussteller unter: www.contacts.uni-kiel.de oder telefonisch unter 0431/880-1264.

Starthilfe für Gründungsprojekt

KIEL. Über eine finanzielle Starthilfe für ihre Geschäftsidee „screenable“ freuen sich Philipp Spieck und Jens Woltering. Mit ihrem Gründungsvorhaben zur Entwicklung interaktiver Anwendungen für digitale Werbescreens haben sich die beiden Absolventen der Fachhochschule Kiel um ein Gründungsstipendium Schleswig-Holstein bei der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) beworben, das nun bewilligt wurde. Digitale Bildschirme werden von Unternehmen gerne für ihre Werbung genutzt. Sie besteht bislang meist aus Bildern oder Filmen, die quasi im Vorbeigehen „konsumiert“ werden. „Screenable“ soll künftig Interaktionen ermöglichen.

IHR REDAKTEUR HOCHSCHULEN

NIKO RÖNNFELDT
0431/903-2830
niko.roennfeldt@kieler-nachrichten.de



Sie setzten sich mit der Clever-Spot-Idee durch (von links): Sara Blumberger, Marvin Soth, Merle Arndt-Rannow, Paul Seiboldt und Julia Bunge-roth. FOTOS: THOMAS EISENKRÄTZER

Mit Clever Shuttle zu Clever Spots

BWL-Studenten der Christian-Albrechts-Universität entwickeln Marketing-Ideen für Beförderungsunternehmen

VON STEFFEN MÜLLER

KIEL. Eine eigene Marketing-Strategie für ein echtes Unternehmen zu entwickeln – diese Möglichkeit hatten BWL-Studenten der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU) in ihrem Seminar „Smells like Green Spirit“. Ziel war es, Ideen zu entwerfen, mit denen das Beförderungsunternehmen Clever Shuttle seinen Bekanntheitsgrad steigern kann. Bei der Abschlussveranstaltung wurden die Ergebnisse vor einer Jury präsentiert, die auch einen Sieger kürte.

20 Studenten belegten den Kursus, der an der Professur für Marketing der CAU von den wissenschaftlichen Mitarbeitern Wassili Lasarov und Melanie Trabandt geleitet wurde. „Ziel war es, dass die Teilnehmer Forschungsfragen in die Praxis und in ein festes Konzept übertragen können“, erklärte Lasarov. Und dieser Plan ging auf, wie Sara Blumberger bestätigt, die mit ihrer Gruppe die Jury am meisten überzeugte. „Was wir in der Theorie gelernt haben, konnten wir nun anwenden.“

Gemeinsam mit Merle Arndt-Rannow, Julia Bunge-roth, Paul Seiboldt und Marvin Soth hatte Sara Blumberger die Idee für sogenannte Clever Spots. Das Konzept dahinter: Kunden, die eine Fahrt mit Clever Shuttle buchen und einen Clever Spot als Start- oder Endpunkt wählen, sparen zehn Prozent für die Beförderung.

Gespräche geführt: Interesse von Kooperationspartnern

Dazu gibt es noch ein Startguthaben über zehn Euro, sollte sich ein Kunde an einem Clever Spot für Clever Shuttle erstmals registrieren. Mögliche Rabatt-Anlaufstellen könnten beispielsweise Cafés, Bars, Restaurants oder auch Veranstaltungsorte sein. „Erste Gespräche mit Kooperationspartnern sind schon geführt worden“, berichtete die Gruppe in ihrer Präsentation. „Das Interesse ist da.“

Warum die Clever-Spot-Idee am meisten punkten konnte, erklärte der Kieler Clever-Shuttle-Betriebsleiter Boje Sjut. „Der Vorschlag ist schnell umsetzbar, sowohl technisch als auch mit möglichen Partnern.“ Sjut glaubt, dass bei Fragen der nachhaltigen Mobilität schneller Kooperationen gebildet werden könnten und das Interesse daran höher ist als in größeren Städten. „Die Vernetzung läuft hier sehr gut.“ Für Kiel sei das Clever-Spot-Modell deshalb gut vorstellbar, ob es tatsächlich

umgesetzt wird, kann Sjut aber nicht selbst entscheiden, dafür ist die Firmenzentrale in Berlin verantwortlich.

Doch auch die Ideen der anderen drei Gruppen seien denkbar, sagten Sjut und die Jury, die sich neben dem Betriebsleiter zusammensetzte aus den Dozenten Stefan Hoffmann und Frank Meisel, der Sales-Leiterin der Kieler Nachrichten, Svenja Nefen, sowie Anke Rasmus, der Leiterin des Zentrums für Entrepreneurship der Uni Kiel, in dem die Präsentationen gehalten wurden.

„Die Studenten konnten aus vorgegebenen Schwerpunkten ein Thema auswählen“, erklärte Seminar-Leiterin Melanie Trabandt. Die erste Gruppe befasste sich mit der Geschäftsbeziehung zwischen Clever Shuttle und anderen Unternehmen. Die Idee war es, dass Clever Shuttle eine Guthabekarte für Firmenkunden anbieten, mit der die Mitarbeiter ihre Dienstfahrten unkompliziert buchen und bezahlen können. So müssten



Grün-weißer Tupper im Kieler Stadtbild: Bei Clever Shuttle teilen sich Kunden, die sich nicht kennen, die Fahrt, wenn Start und Ziel auf einer Strecke liegen. Eine App rechnet einen gemeinsamen Weg aus.

FOTO: ULF DAHL

die Angestellten für die Touren mit dem Beförderungsanbieter nicht beim Arbeitgeber in Vorleistung treten und sich das Geld später über die Spesenabrechnung zurückholen.

Ein anderer Vorschlag war, Touristen, die mit dem Schiff oder dem Zug nach Kiel kommen, auf Flyern oder Bildschirmen an den Terminals oder dem Bahnhof aufzuzeigen, was sie in der Stadt erleben können – zum Beispiel bei gutem Wetter an den Strand oder bei schlechtem Wetter zum Einkaufen in den Citti-Park zu fahren. Auf den In-

formationsblättern ist mit einem QR-Code ein Link zur Clever-Shuttle-App als Fahrdienstleister aufgedruckt. Mit sogenanntem Guerilla-Marketing wollte die vierte Gruppe auf Clever Shuttle aufmerksam machen. Mit Hilfe von Schablonen sollten Clever-Shuttle-Symbole überall im Stadtgebiet auf den Boden aufgetragen werden. Diese umweltfreundlichen Graffiti halten bis zu sechs Wochen und hinterlassen keine Spuren, versicherten die Studenten.

Seit Juli 2019 in Kiel unterwegs: Das ist Clever Shuttle

Das Beförderungsunternehmen Clever Shuttle ist seit Juli 2019 in Kiel unterwegs. Das Start-up, an dem die Kieler Nachrichten beteiligt sind, wirbt damit, dass Fahrten mit den E-Autos um rund die Hälfte günstiger sind als mit einem Taxi. Möglich macht das ein sogenanntes Ridepooling – eine Bündelung von Einzelfahrten. Kunden, die sich nicht kennen, teilen sich die Fahrt, wenn Start und Ziel auf einer Strecke liegen. Eine Smartphone-Anwen-

dung rechnet dabei einen sinnvollen gemeinsamen Weg aus. Damit der aber nicht zu einem endlosen Umweg wird, darf sich die berechnete Route durch einen weiteren Fahrgast höchstens um die Hälfte der Zeit verlängern. Über 50 Prozent aller Fahrten mit Clever Shuttle sind geteilte Fahrten.

Mittlerweile deckt Clever Shuttle fast das ganze Kieler Stadtgebiet und Kronshagen ab. Die Betriebszeiten sind von Sonntag bis Donnerstag

15 bis 0 Uhr sowie Freitag und Sonnabend von 14 bis 4 Uhr. Gebucht werden die Fahrten ausschließlich über die Smartphone-Anwendung, die im App-Store und bei Google Play heruntergeladen werden kann. Ist ein Clever Shuttle einmal gebucht, steht der Preis für die Beförderung fest, an den Fixkosten ändert sich nichts, auch wenn die Fahrt länger dauern sollte. Neben Kiel ist Clever Shuttle noch in fünf anderen deutschen Städten unterwegs.

Studieninfotag: Muthesius Kunsthochschule öffnet die Türen

KIEL. An diesem Tag stehen die Türen aller Ateliers und Werkstätten offen: Am Donnerstag, 13. Februar, eröffnet Präsident Arne Zerbst den Studieninfotag der Muthesius Kunsthochschule auf dem Campus in der Legienstraße 35.

Der Tag soll allen Interessierten die Möglichkeit bieten, sich umfassend über die Bachelor- und Master-Studien-

gänge Freie Kunst, Freie Kunst Lehramt Gymnasium, Raumstrategien sowie Kommunikations- und Industriedesign zu informieren. Er beginnt mit grundlegenden Tipps und Informationen zur Eignungsprüfung und der Bewerbungsmappe um 10 Uhr im Kesselhaus. Bewerber für das Studium können ihre Gestaltungsarbeiten im Rahmen einer Mappenberatung

Professoren vorlegen. Wer noch keine Mappe vorzeigen möchte, kann Einsicht nehmen in „erfolgreiche“ Mappen von Studenten.

In vielen Ateliers und Studios werden aktuelle Semesterabschlussarbeiten aus den Gebieten der Kunst, des Designs und der Raumstrategien zu sehen und erleben sein. Sie geben einen Einblick in die medialen und thematischen

Handlungsfelder der jungen Künstler- und Designergeneration, die in Kiel interdisziplinär ausgebildet wird. Das Spektrum reicht von der klassischen Malerei über interaktives Design und innovative Buchprojekte, Modelle nachhaltiger Produkte bis hin zu Konzepten des Medical Design. Vorträge, Gespräche und Ausstellungen ergänzen das Programm.

Höhepunkte sind unter anderem Filme und Videos, die drucktechnischen Vorführungen in der hochschuleigenen Druckwerkstatt oder die Schau der „Büchermacher“. Studenten bieten zudem Führungen an. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Der Eintritt ist frei.

➔ **Das Programm** gibt es unter: www.muthesius-kunsthochschule.de