

Kommunikations- & Medientage

Köln/Düsseldorf
17.10.23 – 20.10.23





An dieser Stelle möchte die gesamte Klasse noch einmal ein großes Dankeschön für diese wunderbare Zeit aussprechen:

Danke, an das Lehrerteam Jeannine Spaniol und Thomas Mura, dass diese Reise erst möglich gemacht und geplant hat sowie an alle Agenturen und Unternehmen, die sich die Zeit genommen haben, ausführlich über die eigene Arbeit und die Marketingbranche zu berichten. Ein großes Dankeschön geht auch an alle Ausbildungsbetriebe, die ihre Auszubildenden freigestellt und finanziell unterstützt haben.

Die Schüler:innen und angehenden Kaufleute für
Marketingkommunikation der Friedrich-List-Schule
Saarbrücken sagen danke für diese wertvollen
Kommunikations- und Medientage, an die sich alle mit
Sicherheit noch gerne zurückerinnern werden!



neue:ZEITEN
WERBEAGENTUR

moccamedia



SERVICEPLAN GROUP 
HOUSE OF COMMUNICATION



personello



Danke!

Die Klasse
MK12T1D

INHALTS- VERZEICHNIS

01	----- Ankunft & Schifffahrt auf dem Rhein
03	----- MMC-Studios
08	----- Früh Kölsch & Service Plan
09	----- Neue Zeiten
11	----- Abschiedsessen Gaffel am Dom
13	----- Heimreise





Tag 1, 17.10.2023

Im Rahmen der alljährlich stattfindenden Kommunikations- und Medientage traf sich die MK12T1D bei frischen 5 Grad gemeinsam mit ihrer Klassenlehrerin Jeannine Spaniol sowie Thomas Mura am Dienstag, den 17.10.23, am Saarbrücker Hauptbahnhof. Von dort aus machten sich alle gemeinsam auf den Weg zu Gleis 12. Ziel der Reise war der Koblenzer Hauptbahnhof, von dem es gleich weiter zum Endziel, dem Kölner Hauptbahnhof, ging.

Nach 4 Stunden Zugfahrt fuhr die Deutsche Bahn - ganz ohne Verspätung - im Kölner Hauptbahnhof ein. Von dort aus machten sich die Schüler:innen und Lehrer:innen auf den Weg zum Hotel, dem Premier Inn Köln Süd.





Nach kurzer Verschnaufpause auf den Hotelzimmern ging es für alle auch schon gleich weiter zu einer gemeinsamen Schifffahrt auf dem Rhein unter dem Motto "Kommunikation mit der Stadt".

Eine Stunde lang hatten alle die Möglichkeit bei sonnigem Herbstwetter die Sehenswürdigkeiten entlang des Rheinufer, zu denen beispielsweise das Schokoladenmuseum, die am Wasser liegenden Kranhäuser sowie die herrliche Altstadt gehören, zu bewundern.

Nach der informativen Bootstour stand es allen frei den restlichen Tagesablauf selbst zu gestalten. Die meisten verschlug es dabei in die Kölner Altstadt, um die dortige Kulinarik zu erkunden und den Abend in kleiner Runde ausklingen zu lassen.



Tag 2, 18.10.2023



Gut ausgeschlafen ging es am nächsten Morgen zu den MMC Film & TV Studios Cologne. Die Produktionsstätte für Film- und Fernsehsendungen gehört zur Nr. 1 der TV- und Filmstudios in Deutschland. Auf 27.000 Quadratmetern befinden sich insgesamt 23 Studios. Eines davon gehört mit unglaublichen 26 Metern Deckenhöhe zum höchsten Filmstudio der Welt. Große TV-Shows wie „The Masked Singer“ oder auch das „Deutschland sucht den Superstar“-Finale werden hier abgedreht. Selbst bekannte Hollywood-Produktionen wie „Die fabelhafte Welt der Amelie“ oder „Der Medicus“ verschränkt es in die Kölner Filmstudios.





In einer fast 2-stündigen Tour ging es über das 157.000 Quadratmeter große Gelände, währenddessen alle einen spannenden Blick hinter die Kulissen werfen konnten: Regieräume, große und kleine Film- und TV-Studios sowie die Seriensets bekannter deutscher Serien wie „Unter uns“ oder „Alles was zählt“ wurden besichtigt.

Was dabei besonders im Gedächtnis blieb: Um nur eine Folge (25 Minuten Filmmaterial) der bekannten Serien abzdrehen, stehen die Schauspieler und Crewmitglieder ca. 10 bis 12 Stunden vor und hinter der Kamera.

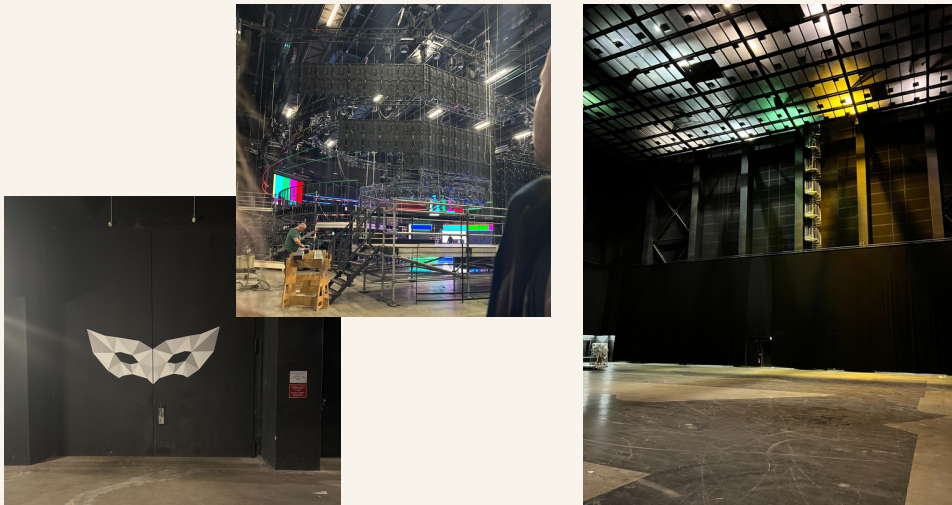
Damit auch während der langen Drehtage für hohe Sicherheitsstandards aller Beteiligten am Set stets gesorgt ist, befinden sich auf dem Studiogelände sogar eine eigene Feuerwehr inklusive eines eigenen Löschteichs.







Nach der interessanten Führung war noch Zeit, um ein paar Schnappschüsse vor der Presse-Fotowand zu machen - mit niemand geringerem als Leonardo DiCaprio, der diesmal allerdings nur als Pappfigur vor Ort auf dem roten Teppich stand.





Danach ging es für die gesamte Gruppe auch schon weiter zum nächsten Termin: auf zur Präsentation „Produktmarketing und Kampagnenentwicklung“ der Biermarke Fröh Kölsch, die in den Räumlichkeiten des Hauses der Kommunikation stattfand.

Gut gelaunt begrüßte Matthias Schmidt, Senior Brand Manager der Brauerei FRÜH, alle Anwesenden, bevor er einen tiefen Einblick in die komplexe Entwicklung und Strategie des Traditionsunternehmens präsentierte.

Als drittgrößte Kölsch-Marke gehört das Fröh-Kölsch praktisch zum Inventar Kölns, weshalb es gerne „als das "kölscheste" aller Kölsch“ oder auch als „Außenminister von Köln“ bezeichnet wird, erläuterte Matthias Schmidt. Weitere spannende Fakten rund um den Markenaufbau sowie die gelungene Markenpositionierung führten der gesamten Klasse die Erfolgsgeschichte von Fröh Kölsch, vom einfachen Bier zur echten Kölner Ikone, vor Augen.

Nach seiner Präsentation gab Matthias Schmidt an die dort ansässige betreuende Agentur Serviceplan Group, einer der größten Inhabergeführten Werbeagenturgruppen innerhalb Europas, weiter. Serviceplan gehört zu den Top 3 der Agenturen in Deutschland und arbeitet mit großen Unternehmen wie IKEA, Lufthansa oder auch Ferrero zusammen.



Thilo Helmich, der im HR-Bereich von Serviceplan tätig ist sowie Anna Lee Sønnichsen, Geschäftsführerin der Serviceplan Agentur Köln, klärten gemeinsam über das turbulente und kreative Agenturleben auf. Sie gaben einen ausführlichen Einblick in die derzeitige Unternehmensstruktur, die verschiedenen Arbeitsbereiche sowie die vielfältigen Berufe und deren individuelle Berufsbilder, welche innerhalb der Agentur anzutreffen sind.

Zusätzlich stellte Anna Lee den Schüler:innen auch zwei bekannte sowie sehr erfolgreiche Werbekampagnen der Marken "Dash" und "Lifta" vor. Mit der Werbekampagne für Dash hat die Agentur bereits zahlreiche Kreativpreise gewonnen.

Gespickt mit ausführlichen Hintergrundinfos zur Entstehung und Umsetzung solcher großen Kampagnen sowie einer guten Prise Humor vermittelte Serviceplan den angehenden Kaufleuten für Marketingkommunikation die kreative, schnelllebige, analytische, aber auch oft fordernde Arbeitswelt der Marketingbranche.



Nach so viel interessantem Input ging es am Abend für alle ein weiteres Mal in die Kölner Innenstadt, um bei einem guten Kölsch und feinem Essen über das Gehörte zu diskutieren und anschließend todmüde ins Hotelbett zu fallen.



Tag 3, 19.10.2023

Auch der nächste Tag der MK12T1D war vollgepackt mit spannenden Aktivitäten – diesmal sogar verteilt auf Köln und Düsseldorf. Erster Stopp war die Werbeagentur „neuezeiten“ in Düsseldorf. Namhafte Marken wie Aldi Süd, Henkel, Katjes und Pattex zählen zum Kundenstamm der renommierten Agentur.

Anhand des langjährigen Kunden stellten Peter Neu, Gründer und Inhaber der Agentur und Thomas Schubert als verantwortlicher Texter und Konzeptioner den kompletten Prozess einer Kampagnenentwicklung – vom Briefing bis zur Umsetzung – vor.



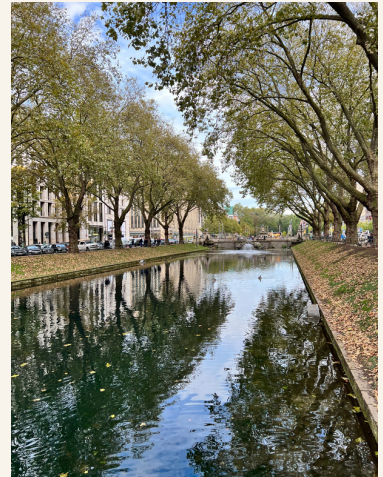
Spannend ging es auch im Anschluss der Präsentation weiter: Die Diskussion über die potenziellen Auswirkungen und Risiken des Einsatzes von künstlicher Intelligenz (KI) in Bezug auf das Agenturleben, wurde eröffnet – mit einem klaren Fazit: Die KI ist ein durchaus nützliches Tool für die zukünftige Marketingwelt, welches stets kritisch hinterfragt werden sollte, aber nach heutigem Stand den kreativen Denkprozess eines Menschen nicht ersetzen kann.



Der anschließende Besuch der Druckerei Clasen in Düsseldorf wurde aufgrund eines Coronaausbruchs im Unternehmen leider kurzfristig abgesagt. Stattdessen war für alle eine freie Tagesgestaltung angesagt, die unterschiedlich genutzt wurde: Shoppingtour, Museumsbesuch, Fitnessstudio, kulinarische Highlights ... Am Abend fand das gemeinsame Abschiedessen im Brauhaus Gaffel am Dom statt.



Ausgelassen wurde – wie es sich für Köln gehört – mit ein, zwei, drei Kölsch auf die ereignisreiche Abschluss- und Bildungsfahrt angestoßen und in gemütlicher Atmosphäre zusammen zu Abend gegessen. Den ein oder anderen verschlug es nach dem gemeinsamen Essen auch noch in die Kölner City, um die letzten Tage gebührend zu feiern unter dem Motto „Kommunikation mit der Stadt Köln“.



Tag 4, 20.10.2023

Pünktlich um 8:30 Uhr morgens fanden sich alle am vierten und letzten Tag in Köln im Eingangsbereich des Hotels fertig zur Abreise ein – noch ahnte niemand wie anstrengend die Rückfahrt werden würde.

Die Fahrt mit der U-Bahn zum Kölner Hauptbahnhof verlief reibungslos, doch dort erwartete die MK12T1D bereits die erste enttäuschende Nachricht: Der Zug Richtung Koblenz war ausgefallen und der von der Deutschen Bahn vorgeschlagene alternative Ersatzzug hatte bereits 90 Minuten Verspätung laut Anzeigetafel.



Bei diesem einen Vorfall blieb es jedoch nicht: Nach mehrmaligem Umsteigen und dem anschließenden Verpassen der Anschlusszüge verdoppelte sich die Fahrzeit der Heimreise von 4 auf ganze 8 Stunden.

Müde, erschöpft aber dennoch glücklich über die schönen Tage in Köln und Düsseldorf, schaffte es die MK12T1D dann endlich um 15:45 Uhr unversehrt am Saarbrücker Hauptbahnhof anzukommen.

