



Kurzprogramm Guhl Innovations-Challenge

Julius

Informatik – B.Sc. Angewandte Informatik – 4. Fachsemester

04.05.2022 – 23.05.2022

Kurzprogramm Guhl Innovation Challenge

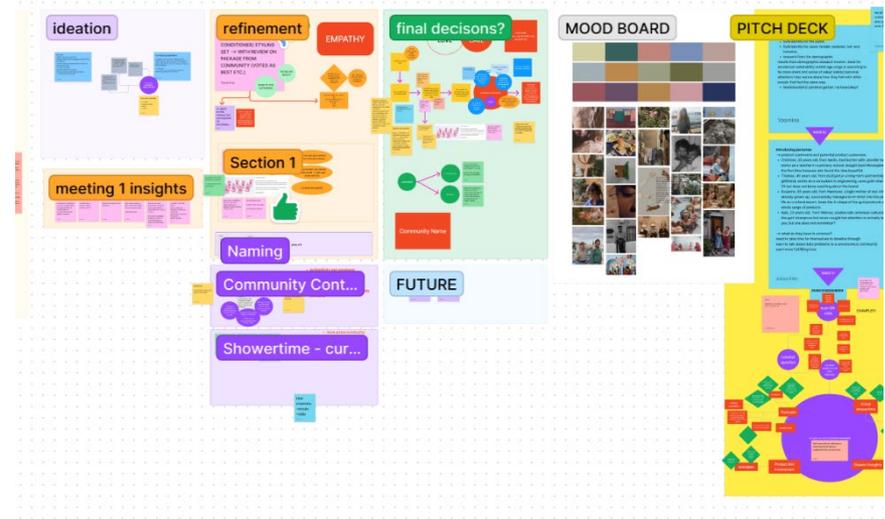
In einer gemischten Gruppe aus Studenten der Universitätsallianz Ruhr, zu der auch die TU Dortmund gehört, und Studenten der University of Cincinnati habe ich über drei Wochen intensiv an einem Marketing-Projekt gearbeitet.

- Lindsay Stricker

Es ging dabei darum, für die deutsche Haarpflegemarke Guhl eine aktive Community zu entwickeln. Diese digitale Marketingstrategie ist heutzutage besonders wichtig, um Kunden näher an das Produkt und die Marke zu binden.

Ideen, Ideen, Ideen

In einem ersten Schritt haben wir eine umfangreiche Mindmap erschaffen, die im Bild (rechts) zu sehen ist. Mir ist dabei aufgefallen, dass wir in unseren täglichen Diskussionen in viele verschiedene Richtungen gedacht haben, alte Ideen nochmal überarbeitet haben, oder doch wieder verworfen haben. Dieser Prozess war sehr langwierig und mit Höhen und Tiefen und die Basis für unsere digitale Community.



Wireframe

Eine weitere Aufgabe innerhalb des Wettbewerbs war es, ein sogenanntes Wireframe zu entwerfen. Dies ist eine anklickbare Simulation einer Website. Sie verschafft einen Eindruck darüber, wie die Community tatsächlich aussehen sollte und funktioniert. Es gibt verschiedene Tools, um ein solches Wireframe zu erstellen. Nach ein wenig Anlaufschwierigkeiten hat es mir Spaß gemacht, dieses drag-and-drop Tool zu bedienen. Im Bild (rechts) sieht man einen Screenshot des Wireframes unserer Community. Diese haben wir mit dem Namen „Duschgedanken“ getauft.



Innovation

Wichtigster Auswahlpunkt der Jury war es, dass die Idee innovativ sei. Unsere Idee war es, Haarpflege, Selbstpflege und Selbstliebe in der Community zu vereinen. Eine Community, die sich wie ein sicherer Ort für die Mitglieder anfühlt und über die die Bindung zum Produkt gestärkt wird, auf eine nachhaltige Art und Weise.



Unsere Mission ✕

Lerne die Bedeutung von Duschzeit neu kennen

Durchschnittliche Duschzeit
8 min

250 ml
Durchschnittliche Shampoo-Flaschen Größe

30 ml
Portion pro Dusche

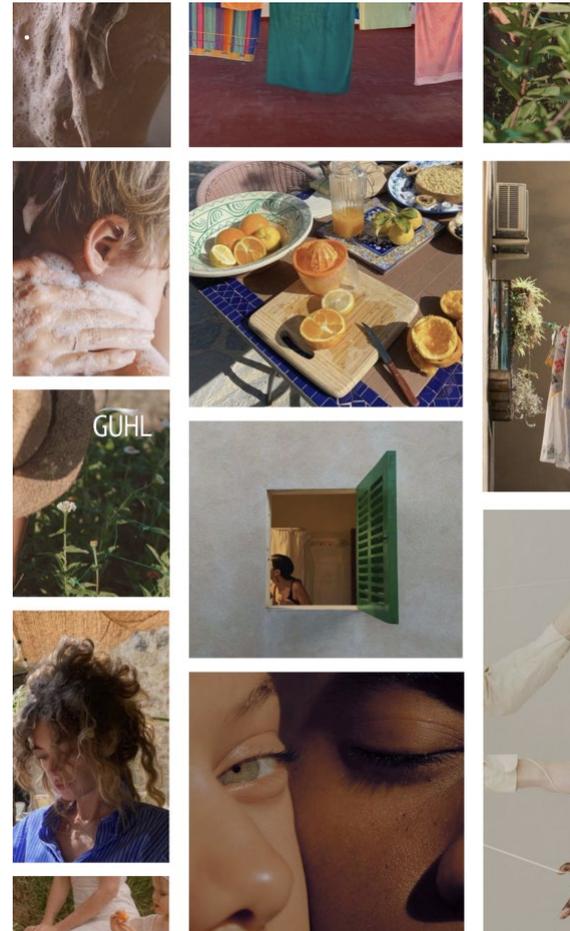
~64 Minuten
1 Flasche Guhl Shampoo

Jede Minute, die du virtuell in unserer Community verbringst, bringt dich eine Minute näher an die Spende einer Flasche Shampoo, um bedürftigen Menschen den Zugang zu Guhl-Shampoo zu ermöglichen.

Darüber hinaus haben wir eine soziale Mission mit in unsere Community eingearbeitet. „Digitale Duschzeit“, die jemand auf der Website der Community verbringt, wird in reale Duschzeit umgemünzt. Die Marke Guhl spendet Shampoo an Obdachlosenunterkünfte.

Präsentation und Prämie

Nach drei Wochen haben sich alle 6 Gruppen in einem virtuellen Meeting getroffen. Eine fünfköpfige Jury leitete den Wettbewerb an. Jede Gruppe präsentierte max. 15 min ihre neu entworfene Community und stellte das Wireframe vor. Es war interessant zu sehen, wie unterschiedlich die Ansätze in den einzelnen Gruppen waren. Unsere Idee schien die Jury und die anderen Gruppen überzeugt zu haben. Wir gewannen den ersten Platz und damit ein Preisgeld in Form eines Amazon-Gutscheins.



Akademische Eindrücke

Das Kurzprogramm hat mir in vielerlei Hinsicht weitergeholfen. Zum Einen konnte ich den Bereich des digitalen Marketings genauer kennenlernen. Zum Anderen war der akademische Austausch, das gemeinsame Entwickeln von Ideen und Strategien auf englischer Sprache eine gute Übung für ein späteres globales Arbeitsumfeld. Da die Studenten aus meiner Arbeitsgruppe jeweils verschiedene Spezialisierungen hatten (Industrial Design, Computer Science, Business) konnten wir unsere Aufgaben aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten und sind so auf sehr gute Lösungsansätze gekommen.

duschgedanken,



GUHL



Das Leben danach...

Es ist immer lohnenswert neue Herausforderungen anzunehmen. Die Guhl Innovations Challenge war eine davon. Ich habe viel über Marketing und internationale und digitale Zusammenarbeit gelernt. Für mich war es das erste Mal, dass ich an einem solchen Kurzprogramm teilgenommen habe. Ich kann diese Erfahrung nur weiterempfehlen, egal aus welchem Studienbereich man kommt. Denn genau darum geht es: Um die Kollaboration von Studenten verschiedener Nationalitäten und verschiedener Fachbereiche. Ich hoffe, in Zukunft weitere dieser Möglichkeiten wahrnehmen zu dürfen.