

Diesen Artikel finden Sie unter: <http://www.noz.de/lokales/melle/artikel/472015/bbs-melle-zwölf-schulen-beim-deca-wettbewerb>

Ausgabe: Meller Kreisblatt

Veröffentlicht am: 04.05.2014

Sieg geht nach Mannheim

BBS Melle: Zwölf Schulen beim DECA-Wettbewerb

von Redaktion



hen Melle. Zum ersten Mal dabei und gleich gewonnen: Die Max-Hachenbach-Schule Mannheim hat den nationalen DECA-Wettbewerb für sich entschieden, den die BBS Melle ausgerichtet haben.

Zwölf Berufsschulen aus Melle, Osnabrück, Bersenbrück, Lohne, Meppen, Hameln, Wolfenbüttel, Mannheim, Rotenburg (Wümme), Osterholz-Scharmbeck, Münster und Wildeshausen hatten 21 Viererteams mit Schülern in den Grönegau geschickt, die jeweils ein Produkt oder eine Dienstleistung in einer professionellen Präsentation vorstellten – in Englisch.

Millionen-Kampagne

Während die Teilnehmer am Morgen in den BBS die drei Finalisten ermittelten, standen nachmittags im Forum in Melle-Mitte die drei Vormittagssieger Rotenburg, Meppen und Mannheim auf der Bühne, um vor 450 Zuschauern nochmals ihre Produktpräsentationen vorzutragen. Die Meller Gastgeber erwiesen sich als gute solche und ließen den Gästen aus Meppen im Halbfinale den Vortritt.

Eine millionenschwere Kampagne für Nike-Turnschuhe hatten sich die Rotenburger ausgedacht und landeten damit auf dem dritten Rang.

Die Meppener Berufsschüler widmeten sich „Modular Smartphones“ und belegten damit Platz zwei. Am überzeugendsten fand die dreiköpfige Jury die Präsentation „The new world of Sky“, die den Mannheimer Debütanten die Siegtrophäe einbrachte.

Die Kriterien dafür waren mannigfaltig. Natürlich ging es auch um das Englische, die Grammatik, die Aussprache, aber daneben gab es zehn weitere Bewertungskriterien, die den Vortrag inhaltlich, vom Aufbau her sowie den Gesamteindruck bewerteten. Gibt die Einführung einen guten Überblick? Ist die Zielgruppe klar definiert? Zeigt die Präsentation realistische Kenntnisse von Werbegrundlagen? Stellt die die Kampagne Kreativität unter Beweis? Stimmt die Gruppenpräsentation in Bezug auf die Kleidung, das Selbstvertrauen und Professionalität? Für solche und weitere Kriterien vergab die Jury, darunter die lokale Organisatorin Inga Voss (Berufsbildende Schulen) , ihre Punkte.

„Sehr hohes Niveau“

Die zeigte sich von den Leistungen in diesem Jahr beeindruckt: „Das war ein sehr hohes Niveau.“ Von nichts kommt allerdings nichts: „Die Kampagnen werden im Englischunterricht erarbeitet, aber die meisten Schüler haben Zusatzstunden investiert – zumindest die, die gewinnen wollten.“

Die DECA ist eine gemeinnützige US-amerikanische Organisation von Marketing-Studenten. Aus den USA ist der Wettbewerb nach Deutschland gekommen.

Copyright by Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG, Breiter Gang 10-16 49074 Osnabrück

Alle Rechte vorbehalten.

Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung.