



## Zum Projekt „Drachenbootrennen“

- **AuftraggeberIn**  
outdoorLUX
- **Dauer des Projekts**  
1 Semester
- **Zielsetzung des Projekts**  
Entwicklung eines Konzepts  
Marketing  
Social Media
- **Wo lag der Schwerpunkt des Projekts?**  
Da unser Projekt aufgrund von Covid-19 nicht durchgeführt werden konnte, haben wir den Schwerpunkt auf die Entwicklung neuer Konzepte für zukünftige Drachenbootrennen, sowie die Entwicklung des Social Media Marketings, gelegt. Uns war dabei wichtig, dass ein nachhaltiger und langfristiger Nutzen für den Auftraggeber entsteht. So sollte auch durch die Optimierung bereits bestehender Prozesse (z.B. ein Newsletterprogramm) ein Mehrwert für outdoorLUX geschaffen werden.
- **Was hat den Teammitgliedern am besten gefallen? Was hat am meisten Spaß gemacht?**  
Mit outdoorLUX hatten wir einen Auftraggeber, der uns relativ freie Hand bei der Planung und Umsetzung unserer Aufgabenbereiche gelassen hat. Zudem konnten wir uns durch die Schwerpunktlegerung auf den Bereich "Marketing" voll und ganz auf dieses Thema fokussieren. Des Weiteren war das Arbeitsklima in unserer Gruppe sehr gut, was einen konstruktiven und angenehmen Austausch und eine produktive Zusammenarbeit möglich gemacht hat.
- **Welche Interessen/Eigenschaften sollte man für dieses Projekt mitbringen?**  
Zum einen ist eine gewisse Flexibilität wichtig, da man mit dem Auftraggeber noch einen externen Part hat, mit dem man sich abstimmen muss. Außerdem sollte man ein Interesse für Sport - beziehungsweise im Idealfall für Drachenbootrennen - mitbringen und ein Faible für Social Media und Marketing im Allgemeinen haben. Auch Kreativität spielt eine große Rolle, um neue Konzepte zu entwickeln und alte und neue Kunden mit innovativem und unterhaltsamen Content anzusprechen.
- **Was habt ihr gelernt?**  
Einerseits konnten wir Erfahrung im Aufbau, der Nutzung und Optimierung von Online Marketingmaßnahmen sammeln, andererseits auch unsere digitalen Kompetenzen weiterentwickeln, beispielsweise durch Online Meetings und Online Präsentationen. Außerdem war es sehr interessant, mit einem Auftraggeber zusammenzuarbeiten, der nicht die FH Kufstein, SKVM oder Genussmittel ist, da dieser nochmal völlig neue Sichtweisen in das Projekt miteinbringt.



- **Was war die größte Herausforderung?**

Aufgrund der aktuellen Situation (Kontaktbeschränkungen) wurde der Umfang des Projekts verkleinert. Es waren keine Treffen in persona möglich, weder des Projektteams untereinander, noch mit Dirk Lux von outdoorLUX. Selbstverständlich ist es immer eine Herausforderung, mit einem externen Auftraggeber zu arbeiten, da dieser ganz besondere Wünsche und Vorstellungen hat. Aber gerade durch Covid-19 wurde diese Zusammenarbeit und Kommunikation erheblich erschwert, da es schlicht und ergreifend nicht möglich war, sich zu treffen.