

Stolz auf "Wir in Wiesau" - Schulzentrum schafft Selbstbewusstsein

12. April 2021 0 0

Wiesau. „Wer sind wir und wenn ja, wie viele?“ Fast schon philosophisch begann der Weg zum neuen Kommunikationskonzept für das Staatliche Berufliche Schulzentrum (BSZ) Wiesau. Aber das Ergebnis kann sich sehen lassen.



Selbstbewusst und ohne Allüren – „Wir in Wiesau“, so sieht das neue Kommunikationskonzept des Staatlichen Beruflichen Schulzentrums Wiesau aus. Von links: Martina Auer-Bertelshofer, Hermann Körner, Thomas Metzler, Anja Dietz, André Putzlocher, Markus Schultes. Bild: BSZ Wiesau.

Zusammen mit der "C3 Marketing Agentur" haben die Verantwortlichen die gemeinsame Essenz der verschiedenen Schulen am BSZ Wiesau herausgefiltert. Unter dem Leitspruch „Wir in Wiesau“ wird der Vergleich mit anderen Schulen nicht gescheut, sondern selbstbewusst gesucht.

Wofür steht das BSZ und wofür steht es nicht?

Die „Corporate Identity“ vereint alle Merkmale, die ein Unternehmen ausmachen und präsentiert diese Eigenschaften nach außen – optisch, aber auch inhaltlich. Laut Schulleiter **Thomas Metzler** fehlte dem Beruflichen Schulzentrum Wiesau bisher genau dieses einheitliche Erscheinungsbild. Mit professioneller Unterstützung der Marketingagentur C3 aus Tirschenreuth sollte daher ein neues und homogenes Kommunikationskonzept erschaffen werden, das nach

Überzeugung von Schulleiter Metzler wesentlich zur Qualitätsverbesserung am BSZ Wiesau beiträgt.

„In ersten Gesprächen mit dem Team von C3 wurde es gleich philosophisch. Angelehnt an die Frage 'Wer bin ich und wenn ja, wie viele?' sollten wir zunächst versuchen, unsere Eigenschaften, Werte und Ziele trotz unterschiedlicher Schulen/Fachbereiche auf den Punkt zu bringen“, erklärt **Anja Dietz**, Leiterin für Qualitätsmanagement am Schulzentrum. „Wofür steht das BSZ und wofür steht es nicht? Unser Leitbild sowie unser Zukunftscode: begeisternd-sympathisch-zielorientiert-weltoffen bildete hierfür eine gute Basis.“

„Andere haben etwas, aber das BSZ macht es anders“

Der Ansatz der Marketingagentur war es, vermeintliche Nachteile des BSZ als tatsächliche Vorteile zu entlarven, um die positiven Rahmenbedingungen zu verdeutlichen, die in Wiesau für eine erfolgreiche Ausbildung geboten werden. Die gesammelten Charakterzüge kulminierten in einen einfachen, aber vielseitig einsetzbaren Slogan: „Wir in Wiesau“. Der dazugehörige Schriftzug erinnert einerseits an Kreideschrift an einer Tafel und durchbricht zugleich in seiner verspielten Anordnung die strengen Linien.

Nach einem Modell der Gegensätze – getreu dem Motto „andere haben etwas, aber das BSZ macht es anders“ – wurden schließlich von C3 gemeinsam mit dem Schulzentrum allgemeine und abteilungsbezogene Sprüche erarbeitet und in visuelle Botschaften verwandelt wie z.B.: „Andere streben nach Applaus, wir in Wiesau nach Erfolg“.

Gestaltungsspielraum bleibt

„Durch eine harte vertikale Aufteilung in der Mitte werden beide Aussagen optisch deutlich getrennt, obwohl die Motive gleichzeitig verbunden sind,“ erklärt **Brigitte Hegen**, Art Direktorin bei C3. „Unser Konzept folgt einem klaren roten Faden und lässt doch genügend Gestaltungsspielraum für künftige Ideen.“

Die kräftigen Farben unterstreichen zudem das selbstbewusste Auftreten des BSZ, das seine Stärken genau kennt und stolz zur Schau trägt.“ Ob Homepage, Webbanner, Poster, Schulkleidung, Flyer oder Messestand, das Konzept sei je nach Einsatzzweck adaptierbar und dadurch für die gesamte Klaviatur der Kommunikation und Außendarstellung geeignet – egal ob off- und online.

Schlagworte: [Wiesau](#). Erstellt von Redaktion