

## Rückblick 2020

Hinter uns liegt ein Jahr, welches spezielle Herausforderungen mit sich gebracht und somit besondere Problemlösungen erfordert hat. Doch obgleich sich unsere Mitglieder aufgrund von Corona nicht persönlich treffen konnten, ging die Arbeit bei Phlink selbstverständlich weiter. So verlagerte sich die Arbeit beinahe gänzlich ins Digitale, die Mitglieder blieben weiterhin vernetzt und konnten produktiv zusammenwirken. Es heißt schließlich nicht umsonst: "The Show Must Go On!"

### bda connectivity

Phlink unterstützte die bda connectivity GmbH mit einer **Benchmarkanalyse**, in der die aktuelle Marktsituation und Wettbewerber betrachtet wurden. Zudem gaben unsere Beraterinnen Marion, Manisha und Madeleine Ausblick auf weitere Wachstumsmöglichkeiten. Die Ergebnisse wurden bda connectivity vorgestellt und mit der Geschäftsführung und dem Bereich Marketing besprochen.



### Viez & Töchter



Die Fermentations-Manufaktur Viez & Töchter wurde von unseren Consultants Natalie und Chris hinsichtlich ihrer **Crowdfunding-Kampagne** beraten. Dabei übernahmen die beiden die Recherche zu diversen Aspekten, wie Erfolgsstrategien, Risiken, Kampagnendesign, Kommunikation sowie potentiellen Investoren. Ihre Ergebnisse präsentierten sie in einer Abschlusspräsentation, welche den Kund\*innen als Entscheidungshilfe diente und relevante Informationen zu der konkreten Kampagnengestaltung lieferte. Wir freuen uns auch über dieses erfolgreich abgeschlossene Projekt und sagen: Prost!

## FB 02 Wirtschaftswissenschaften



Im Auftrag des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften haben unsere Berater Dominik und Leon in den letzten Monaten eine **Social Media Kampagne** durchgeführt. Der Fachbereich als Auftraggeber hat erkannt, dass es gerade in der aktuellen Zeit der Online-Lehre wichtig ist, in sozialen Medien aktiv und für Studierende und neue Bewerber präsent zu sein.

Im Rahmen des Projekts wurde zunächst eine Strategie ausgearbeitet, welche Inhalt, Erscheinungsbild und Frequenz der zu postenden Inhalte abdeckt. Zu diesem Zweck wurde das Corporate Design des Fachbereichs auf Instagram übertragen und an die ausgearbeitete Strategie angepasst.

Anschließend begann das Projektteam mit der Erstellung und dem Posten der Inhalte. Ein weiterer Teil des Projekts drehte sich um die Planung und Veröffentlichung von Werbeanzeigen auf der Plattform Instagram. Auch dies war gerade in der aktuellen Zeit ein wichtiger Schritt, um weiterhin bei potenziellen Studienbewerbern aus ganz Deutschland Interesse zu wecken.



## Arbeit und Bildung e. V

Unsere Beraterinnen Lisa und Lena unterstützten Arbeit und Bildung e. V. mit einer **Bedarfsumfrage** über ein Bistro auf dem Kasernengelände in Treysa. Dafür wurde ein geeignetes Umfrage-Tool ausgewählt und in Absprache mit dem Kunden ein Fragebogen konzipiert, der an dessen Corporate Design angepasst war. Anschließend wurde die Umfrage digital an die ansässigen Unternehmen und ihre Mitarbeiter verteilt.

Nachdem ausreichend Rückläufer eingegangen waren, wurden die Daten statistisch ausgewertet und analysiert. Zum Schluss stellte das Projektteam die Ergebnisse dem Kunden in einer Abschlusspräsentation vor.



Arbeit und Bildung e.V.

## Universitätsstadt Marburg



Unsere Berater Lars, Onno und Jakob haben im Herbst eine **Passantenbefragung** für die Studie "Vitale Innenstädte" im Auftrag der Stadt Marburg durchgeführt. Im Rahmen dieser Studie wurde die Wahrnehmung der Innenstadt bei Passanten in Bezug auf verschiedene Punkte wie Einkaufsmöglichkeiten, Sauberkeit oder Verkehrsanbindung erhoben.

Auch Tendenzen zum Kaufverhalten konnten mit den gesammelten Daten ermittelt werden. An drei Standorten, die in Abstimmung mit der Auftraggeberin gewählt wurden, wurden Fußgänger angesprochen und um das Ausfüllen des Fragebogens gebeten, sowie dabei gegebenenfalls unterstützt. Für die vorgegebenen Fragebögen benötigten Passanten circa zehn Minuten, was eine zusätzliche Schwierigkeit darstellte. Dennoch erhielten die Berater innerhalb von zwei Tagen mehrere Hundert Rückläufer. Weitere Informationen zu der Studie, die auch in anderen deutschen Städten durchgeführt wurde, gibt es beim Institut für Handelsforschung ifh Köln.

## Logosystem

Zum Abschluss des Jahres haben wir pünktlich zum Start des Wintersemesters 2020/21 ein **neues Logo** eingeführt, das im Rahmen einer Abschlussarbeit entworfen wurde.

Der Unterschied ist klein, doch das neue Logo ist schlanker, dynamischer und moderner. Es beinhaltet ein Baukastensystem mit unterschiedlichen Varianten, die wir flexibel in verschiedenen Anwendungen einsetzen können.



Sind Sie neugierig geworden, wie Phlink auch Ihr Unternehmen optimieren kann?  
**Wir freuen uns, Sie beraten zu können!**

**Nachhaltig gut beraten.**



[www.phlink.de](http://www.phlink.de)



+49 6421-9689593



[vorstand@phlink.de](mailto:vorstand@phlink.de)