



Nachhaltige Give-Aways der Hochschule Luzern – Technik & Architektur: Analyse und Konzept für den zukünftigen Umgang

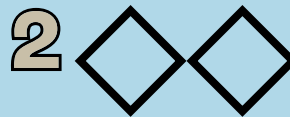
Purpose

Hochschulen setzen bei Informationsveranstaltungen gezielt Give-aways ein, um Studieninteressierte anzusprechen und die Markenbekanntheit zu stärken. Gleichzeitig gewinnt nachhaltiges Handeln in Institutionen zunehmend an Bedeutung. Ziel dieser Bachelor-Thesis war es, den Umgang mit Give-aways am Departement Technik & Architektur der Hochschule Luzern weiterzuentwickeln, sodass Marketingziele und Nachhaltigkeitsanforderungen systematisch berücksichtigt und einheitliche Kriterien für deren Einsatz geschaffen werden.

Angewandte Methoden & Kompetenzen



Design Thinking



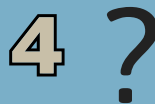
Double Diamond



Qualitative Interviews



Iterative Validierung



How-Might-We-Fragen

Der Design-Thinking-Ansatz entlang des Double-Diamond-Modells strukturierte das methodische Vorgehen. Qualitative Interviews dienten der Bedarfsanalyse. How-Might-We-Fragen öffneten den Lösungsraum, der iterativ mit relevanten Anspruchsgruppen bis hin zur finalen Lösung validiert wurde.

Resultat

Als Ergebnis entstand der Leitfaden «Give-aways neu gedacht», ein praxistaugliches Instrument für den nachhaltigen Umgang mit Give-aways an der HSLU T&A. Er umfasst ein Zweiwege-Beschaffungsmodell, verbindliche Nachhaltigkeitsanforderungen, ein Best-Practice-Produktbeispiel sowie Nudging-Massnahmen zur Förderung einer bewussten Auswahl.

