

Betreff: Start der Lehrlingskampagne Spedition & Logistik NÖ

Sehr geehrte Mitgliedsbetriebe!

Die NÖ Fachgruppe Spedition & Logistik hat die Agentur FALKEmedia beauftragt, eine **Marketingkampagne** mit dem Ziel **mehr Aufmerksamkeit für die Lehrberufe** in der Branche zu schaffen auszuarbeiten.

Dieses Dokument soll Ihnen einen Überblick über die Vorgehensweise und die eingesetzten Marketingkanäle geben.

Infos zur Kampagne

Hauptzielgruppe:

Interessierte Jugendliche aus Niederösterreich, die sich für einen Lehrberuf interessieren könnten.

Nebenzielgruppe:

Erziehungsberechtigte Personen aus Niederösterreich, da diese oft einen Einfluss auf die Berufswahl ihrer Kinder haben.

Kampagnenzeitraum:

18.11.2024 bis 31.01.2025

Landingpage:

Jede Kampagne benötigt einen Zielort. Einen Ort, wo sämtliche Maßnahmen der Kampagne zusammenlaufen. In unserem Fall haben wir **fünf verschiedene Kanäle** im Einsatz:

- ➔ Beklebung von einem Bus im Bezirk Mödling
- ➔ Plakatkampagne in NÖ mit 45 Standorten
- ➔ Facebook
- ➔ Instagram
- ➔ Snapchat

Alle diese Maßnahmen verweisen direkt auf folgende Landingpage: **www.gibdirdenkick.at**

Warum diese Website? Weil hier sämtliche Informationen über die Lehrberufe der Branche gebündelt zur Verfügung stehen. Im Falle der Busbeklebung und der Plakatsujets, **verlinken jeweils QR-Codes auf diese Website.**

Mediaplan:

Zeitraum	Bezeichnung
01.12.2024 – 31.01.2025	Busbranding Seitenfläche
16.12.2024 – 12.01.2025	EPAMedia Plakatkampagne
Social Media Flight 1: 19.11.2024 – 03.12.2024	Snapchat
Social Media Flight 1: 19.11.2024 – 03.12.2024	Facebook/Instagram
Social Media Flight 2: 23.12.2024 – 20.01.2025	Snapchat
Social Media Flight 2: 23.12.2024 – 20.01.2025	Facebook/Instagram

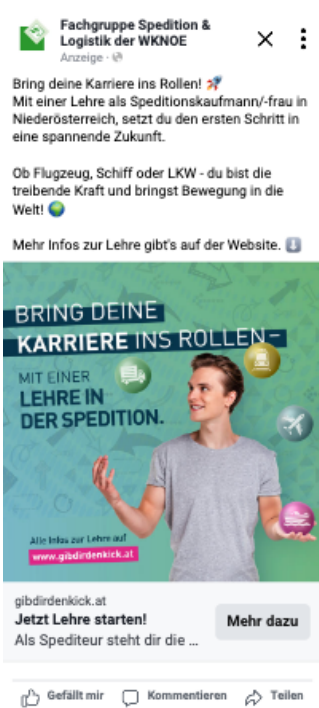


Grafische Gestaltung:

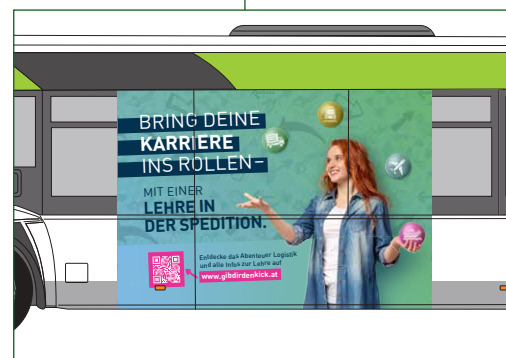
➔ Die grundlegenden **Sujets**



➔ Social Media Anzeigen



➔ Busbranding



Die einheitliche Verwendung von **Design, Botschaft & Key Visual** (visuelle Eyecatcher, die die Wiedererkennung der Werbung unterstützen sollen. In diesem Fall ist das die **jonglierenden Person**) hat den Sinn, dass die Werbung **schnell wiedererkannt** werden soll. Nur durch mehrmaligen Kontakt mit der Werbung, kann man sich diese auch gut merken. Das ist der heutigen Informationsflut geschuldet.

Deshalb setzen wir auch auf mehrere und verschiedene Kanäle. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Werbung öfters gesehen wird und sich dementsprechend gemerkt wird.

Das Design der Kampagne orientiert sich am Design der Landingpage www.gibdirdenkick.at - damit schaffen wir eine **einheitliche Linie im Werbeauftritt**. Das Design ist zudem **modern und frisch**, was auch den Geschmack der **Zielgruppe** trifft.

Timing:

Das Timing zu Jahresende ist bewusst gewählt, da hier eine entscheidende Phase bei der Überlegung des weiteren Lebensweges von jungen Menschen besteht. Ende Jänner 2025 erhalten die Jugendlichen das Semesterzeugnis, im Vorfeld finden die Überlegungen statt: „*Gehe ich weiter in die Schule?*“, „*Starte ich vielleicht eine Lehre?*“, etc.

Genau in dieser Entscheidungsphase wollen wir präsent sein. Die Weihnachtsfeiertage sind zudem geeignet, da die Schüler:innen bei der Familie sind. Hier besteht vermehrt das Potential, dass am Familientisch über die weitere Zukunft und die Möglichkeiten diskutiert wird.

Erfolgsmessung:

In der heutigen Marketingwelt ist es, aufgrund der technischen Möglichkeiten, **sehr gut möglich, den Erfolg zu messen.** Besonders was die Werbekontakte auf Social Media betrifft, aber auch die Websitezugriffe.

Bei den Plakaten und der Busbeklebung können wir zudem jeden **Scan des QR-Codes nachvollziehen**, der dann auf die Landingpage führt.

Somit haben wir nach der Kampagne **klare Zahlen und Daten** über den Erfolg der Kampagne.

Bei weiteren Fragen rund um die Kampagne, können Sie sich jederzeit gerne bei uns melden!

Mit besten Grüßen,



Mag. Patricia Luger
Fachgruppengeschäftsführerin



KommR Rudolf Bsteh
Fachgruppenobmann

