

## Imagekampagne: Ich bin dabei!

### Neue Mitglieder für die Wirtschaftsjunioren

#### Was machen wir?

Wir planen eine medienübergreifende Kampagne zur Werbung von neuen Mitgliedern für die Wirtschaftsjunioren in Hessen.

#### Wen wollen wir damit erreichen?

- Menschen, die durch die Wirtschaftsjunioren weiterkommen
- Menschen, welche die Wirtschaftsjunioren weiterbringen
- Junge Menschen, die auf dem Weg sind Unternehmer und Führungskraft zu werden
- Junge Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren.

#### Was wollen wir damit erreichen?

Wir wollen...

- Endlich mal wieder das Thema **Werbung und Motivation von Mitgliedern** für die Wirtschaftsjunioren anpacken
- **Nachwuchs: Neue Mitglieder** und zwar für alle 16 hessischen Juniorenkreise
- Unsere **Mitglieder motivieren**, dass sie sich weiterhin für den schönsten Verband der Welt engagieren
- Zeigen, was wir für eine **tolle Truppe** sind
- **Zeigen, dass es sich lohnt** bei den Wirtschaftsjunioren aktiv zu sein
- Mögliche **Hemmschwellen** und **Vorurteile** bei potentiellen Mitgliedern abbauen
- Dafür sorgen, dass die Wirtschaftsjunioren nicht länger das am besten behütete Geheimnis in Hessen und Deutschland sind.

## Wie erreichen wir das?

- Durch unsere medienübergreifende Imagekampagne „Ich bin dabei!“.
- Mit einer klaren und motivstarken Bildsprache, durch eine mehrkanalige Zielgruppenansprache.

Die Imagekampagne transportiert die Wirtschaftsjunioren medienübergreifend als junge, offene, aktive und sexy Gruppe. Das Motto „Ich bin dabei!“ ist ein Statement des jeweiligen Protagonisten. Es soll das Interesse des Betrachters wecken und Lust auf mehr machen.

Die Interessenten werden über die Medien Print, Radio und Internet auf eine eigene Landingpage im Internet gelenkt. Hier erwarten die Interessenten spannende Reportagen, Interviews und natürlich die Einladung zu Kennenlernveranstaltungen in den Kreisverbänden bzw. zu einer zentralen Kennenlern- und Networkingveranstaltung zum Beispiel auf der Landeskonferenz der Wirtschaftsjunioren Hessen 2010 in Willingen.

Die Kampagne setzt sich zusammen aus:

- **Imageanzeigen** mit **redaktionellen Beiträgen** in den lokalen **Kammermagazinen**
- **Imageanzeigen/Internetbanner** auf den **Websites** der hessischen Kreisverbände, der hessischen Industrie- und Handelskammern sowie auf [wj-hessen.de](http://wj-hessen.de)
- **Flyer/Plakate** mit allen Kampagnenbildern
- **Radiospots** im Hessischen Rundfunk auf **hr1** und **hr3**
- Eine **Landingpage** mit weiterführenden Informationen, Interviews der Teilnehmer, Terminen für persönlichen Erstkontakt mit den Wirtschaftsjunioren
- Veranstaltungen vor Ort in den Kreisen, Veranstaltung zur Landeskonferenz 2010.

Dreh- und Angelpunkt der Imagekampagne sind Fotoanzeigen, die auffallen. Die abgebildeten Wirtschaftsjunioren führen eine auf den ersten Blick berufsuntypische Handlung aus, die dennoch im Kontext des beruflichen Umfeldes steht und gerade deswegen besonders auffällt.

Die selbstironisch konzipierte Bildsprache nimmt potentiellen Mitgliedern die Berührungängste und baut eventuell bestehende Vorurteile gegenüber Interessenverbänden wie den Wirtschaftsunioren ab. Die Imageanzeigen werden in den Printmedien (Magazine der hessischen Industrie- und Handelskammern) und im Internet (Websites der Kreisverbände, Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsunioren Hessen) zu sehen sein.

In jedem der zehn IHK-Magazine planen wir eine Seite bzw. Doppelseite für die Imagekampagne. Darin werden jeweils zwei Mitglieder mit Ihren Kampagnenfotos vorgestellt. Redaktionelle Beiträge, Reportagen und Interviews, Veranstaltungshinweise und Kontaktmöglichkeiten runden die Veröffentlichung ab. Bei doppelseitigen Veröffentlichungen werden ausgewählte Imageanzeigen anderer WJ-Kreise im kleineren Format einbezogen. Auf diese Weise wird eine Verbindung zwischen den Kreisen hergestellt und es wird deutlich, dass die Veröffentlichung Bestandteil einer breit angelegten Kampagne ist. Siehe auch Entwurf Satzspiegel.

In IHK-Bezirken mit mehreren Juniorenkreisen, ist für jeden Kreis eine Seite/Doppelseite vorgesehen.

## Wer kann mitmachen?

**Alle hessischen WirtschaftsJunioren**, die unseren Verband voranbringen wollen.

Die Kampagne ist auf **32 Teilnehmer** begrenzt - **pro Kreis 2 Teilnehmer**.

Bei mehr als zwei Bewerbungen pro Kreis entscheidet das Los.

## Wie kann ich teilnehmen?

E-Mail mit dem Betreff „**Ich bin dabei!**“ an [info@marketingworkx.com](mailto:info@marketingworkx.com)

first come – first serve.

## Was kostet mich die Teilnahme?

Ca. 1.200 EUR pro Teilnehmer, netto bei 32 Teilnehmern (1.500 EUR/16 Teilnehmer)

für die Printkampagne, Anzeigenplatzierung, Internetkampagne, Radiowerbung, unbeschränkte Nutzungsrechte der Bilder für Eigenwerbung; inklusive Konzeption, Fotografie, Gestaltung, Erstellung und Druck.

## Die Imagekampagne: „Ich bin dabei!“

- Wir gehen das dringende Thema Mitglieder gewinnen an
- Wir freuen uns über neue Mitglieder in allen hessischen Kreisen
- Wir stellen uns als WirtschaftsJunioren mit einer professionellen Außenwirkung dar
- PR wirkt auch nach innen! → Ich bin dabei!

## Meilensteine

<b>Juni 2009</b>	Idee	✓
	Erste Diskussion der Idee bei den Öffentlichkeitsarbeitern der IHK	✓
<b>Juli 2009</b>	Konzeption der Imagekampagne	✓
	1. Testshooting	✓
	2. Testshooting	✓
	3. Testshooting	✓
<b>August 2009</b>	Präsentation der Imagekampagne bei der Kreissprechersitzung	✓
<b>September 2009</b>	Präsentation der Imagekampagne bei den Öffentlichkeitsarbeitern der IHK	
<b>September 2009 bis Januar 2010</b>	Fotoshootings mit den Teilnehmern	
	Interviews und Reportagen	
	Aufbau der Landingpage	
	Text und Gestaltung	
<b>Februar 2010</b>	Belieferung der Redaktionen mit Imageanzeigen und Texten	
<b>März 2010</b>	Kampagnenstart, Veröffentlichung Print, Radio, Online	

## Wiedererkennungsmerkmale Imagekampagne

- Mensch im Mittelpunkt - der Mensch ist entscheidend, nicht die Umgebung
- Person wird handelnd dargestellt → Wirtschaftsjunioren sind aktiv.
- Gestaltendes Element: Kontraststarke Motivumsetzung  
(Motivabhängig wahlweise: signifikanter Farbkontrast oder intensiver Mikrokontrast)
- Klare, direkte und eindeutige Bildsprache, keine ablenkenden Elemente, Schnörkel
- Handlung im weiteren Sinne berufsbezogen, im selbstironischen Kontext
- Bruch/inhaltlicher Kontrast/Eyecatcher durch im ersten Blick berufsuntypische Handlung, die dennoch im Kontext des beruflichen Umfeldes steht und gerade dadurch das Auge des Betrachters auf sich zieht. Erzeugt zweite inhaltliche Ebene im Bild
- Hintergrund zurückhaltend, um das Auge zu führen und auf die Person zu richten
- Logo links oben auf Gesichtshöhe, führt das Auge entsprechend
- Motto/Claim-Box (blau, WJD CD-konform) unterhalb
- Motto/Claim "Ich bin dabei!"
- Motto/Claim leicht angeschnitten, öffnet Gesamtbild und überwindet Beschränkungen
- 2 Motivformate; ganzer Satzspiegel im Aspektverhältnis 2:1 (modernes Breitwandformat) mit Claim-Box unterhalb und 2/3 Satzspiegelbreite mit Claim-Box seitlich rechts
- Einheitliche Schrifttype, Serifen-frei, modern, frisch, leicht gerundet (Calibri Bold)
- Kampagne transportiert Wirtschaftsjunioren als offene, weltgewandte, junge, frische, aktive und sexy Gruppe
- Ich bin dabei, weil es mich weiterbringt und Spaß macht
- Die Pluralität der Mitglieder und ihrer Tätigkeiten zeigt das ganze Feld der Wirtschaftsjunioren und animiert/erleichtert das Mitmachen