

# SEK I/II- MARKETING

Die Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufen sind zwischen 10 und 19 Jahre alt. Und damit die Wunschzielgruppe vieler Markenartikler und zukünftiger Arbeitgeber. Doch wie kann diese spannende Zielgruppe kontaktstark direkt im Bildungsumfeld erreicht werden? Wir zeigen es Ihnen!



## Kapitel 8

**SEKUNDARSTUFE I & II**

Die weiterführenden Schulen besuchen die Schülerinnen und Schüler nach ihrer Grundschulzeit ab einem Alter von ca. 10 Jahren (in Berlin und Brandenburg ab ca. 12 Jahren). Dabei unterscheidet man zwischen der Sekundarstufe I und der Sekundarstufe II. Während die Sekundarstufe I die Haupt- und Realschule sowie die Unter- und Mittelstufe der Gymnasien umfasst, bezeichnet die Sekundarstufe II im Sinne dieses Buches die gymnasiale Oberstufe. Da viele Bundesländer unterschiedliche Namen für die verschiedenen Schulen und deren Mischformen haben, bedarf es eines guten Überblicks, um die gewünschte Zielgruppe an der richtigen Schulform zu erreichen.

Aber es lohnt sich! Die Kinder und Jugendlichen in den Sekundarstufen sind eine ausgesprochen spannende Zielgruppe. Auf dem Weg zum eigenen Schulabschluss durchleben die Jungs und Mädels eine aufregende Zeit: Die Pubertät, das Teenager-Alter, der erste Nebenjob, die Berufsorientierung und schließlich die Prüfungen zum Schulabschluss.

Die Bindung zu den Eltern nimmt hierbei kontinuierlich ab, während Freunde und das soziale Umfeld immer wichtiger werden. Die eigenen

Peergroups treten als feste Bezugsgrößen in den Vordergrund. Umso wichtiger, dass man weiß, was hier gerade angesagt ist. Wenn gleich sie kritische Konsumenten sind, nutzen junge Menschen Marken und deren Attribute zur eigenen Darstellung und zur Abgrenzung gegenüber anderen Peergroups.

Häufig verfügen die Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufen über eine nennenswerte direkte Kaufkraft, die sie durch Nebentätigkeiten aktiv verdient oder von der Verwandtschaft als Taschengeld und Geldgeschenke erhält.

Im Übergangssystem Schule-Beruf ist diese Zielgruppe darüber hinaus für Unternehmen von höchster Wichtigkeit, die junge Menschen für eine Ausbildung im eigenen Betrieb begeistern möchten. Hochschulen werfen vor allem auf die Absolventen der Sekundarstufe II ein Auge, da diese potenzielle neue Studentinnen und Studenten sind.

Marken, die junge Zielgruppen in dieser aufregenden Lebensphase positiv begleiten, haben eine gute Chance, über Jahrzehnte im Relevant Set der jungen Menschen eine große Rolle zu spielen.

**Eckdaten:****Zielgruppen**

Kinder im Alter zwischen 10 und 19 Jahren (in Berlin und Brandenburg: zwischen 12 und 19 Jahren) sowie deren Eltern; Lehrerinnen und Lehrer

**Touchpoints**

Weiterführende Schulen mit Sekundarstufe I und II: Hauptschulen, Realschulen, Gesamtschulen, Gymnasien – teilweise abweichende Bezeichnungen dieser Schulformen in einzelnen Bundesländern

**Selektionsmöglichkeiten**

Bundesländer, Metropolregionen, Nielsen-Gebiete, Städte; soziodemographische Daten

**Verbreitung**

Bundesweit und regional selektiv buchbar

**Mindestbelegung / Mindestlaufzeit**

- 50 Schulen
- Zwei Wochen

**Mediarabatte**

15% AE  
20% Kombirabatt bei gleichzeitiger Buchung mehrerer Medien

**Technische Kosten**

Pro Standort werden Technische Kosten in Höhe von EUR 15,- (nicht rabattfähig) berechnet.

**Fazit****Mit Schulmarketing dabei sein, wenn junge Menschen erwachsen werden**

- ✓ Die Zugehörigkeit zu Peergroups fördert die Markenpräferenz von jungen Menschen.
- ✓ Jugendliche sind starke Multiplikatoren in ihren Peergroups.
- ✓ Die Kaufentscheidungen der Eltern werden deutlich beeinflusst; eigene Wünsche konkret formuliert.
- ✓ Die Kaufkraft steigt deutlich an – durch direkte Nebenverdienste und Geldzuwendungen der Verwandtschaft.
- ✓ Gegen Ende der Schullaufbahn nimmt die Berufs- und Studienorientierung deutlich zu. Ein wichtiger Moment für Ausbildungsbetriebe und Hochschulen.
- ✓ In Unter-, Mittel- und Oberstufe können Kampagnen mit pädagogischem Mehrwert in zahlreiche Fächer integriert werden.
- ✓ Insbesondere in der Sekundarstufe II werden viele junge Menschen volljährig.

## YOUNGSTAR CARDS

Postkarten sind nach wie vor absolut in. Sie passen in jede Hosentasche - und in die Schultasche sowieso. Nicht nur deshalb sind die handlichen Botschaften so beliebt bei den Schülern: Freche Sprüche und lustige Motive peppen den Schulalltag auf und sorgen für viel Spaß. Beide Seiten der Karten können nach Belieben gestaltet werden. Die Vorderseite erregt die Aufmerksamkeit der Schüler, auf der Rückseite ist genug Platz für individuelle Marketingbotschaften. Ausgelegt werden die Postkarten in den Schuldisplays und in hochwertigen Dispensern, die an den stark frequentierten Orten der Schulen aufgebaut sind. Von hier aus treten sie dann ihre Reise zu den Schülern und in die weite Welt an, um von möglichst vielen Menschen gesehen zu werden. Denn die Schüler sind eine starke Multiplikatorengruppe. Originelle Postkarten werden Freunden gezeigt, Geschwistern mitgebracht oder zuhause an die Pinnwand oder den Kleiderschrank gehängt. Damit geraten sie automatisch ins Blickfeld von Eltern und Bekannten.



**Werbemöglichkeiten:** Vorder- und Rückseite, vollfarbig

**Auflage:** 500 Postkarten pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 4 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

youngstar cards					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	20.000	70,00	0,0%	3.500,00	60.000
100	40.000	70,00	0,0%	7.000,00	120.000
250	100.000	70,00	2,5%	17.062,50	300.000
500	200.000	70,00	2,5%	34.125,00	600.000
1.000	400.000	70,00	5,0%	66.500,00	1.200.000
2.500	1.000.000	70,00	7,5%	161.875,00	3.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.

## YOUNGSTAR POSTER

Groß, größer, youngstar poster! Die prominenten Werbeflächen bestechen durch ihre einzigartige Präsenz. Schon aufgrund ihrer Größe werden die Plakate von den Schülern sofort wahrgenommen – als Freiaushang im Schulflur oder aufmerksamkeitsstark in den DSA Schuldisplays platziert. Attraktive Werbebotschaften sprechen die jungen Zielgruppen dabei direkt an und bleiben im Gedächtnis. Bei Kampagnen für Ausbildungsplätze stehen zudem an ausgewählten Schulen DIN A2-Plakatflächen in den innovativen Zukunftssäulen zur Verfügung (siehe Seite 101).



**Werbemöglichkeiten:** Gesamte Plakatfläche

**Auflage:** 2 Plakate pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 4 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

youngstar poster					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	100	70,00	0,0%	3.500,00	750.000
100	200	70,00	0,0%	7.000,00	1.500.000
250	500	70,00	2,5%	17.062,50	3.750.000
500	1.000	70,00	2,5%	34.125,00	7.500.000
1.000	2.000	70,00	5,0%	66.500,00	15.000.000
2.500	5.000	70,00	7,5%	161.875,00	37.500.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.

## SCHULHEFTE DIN A4

Sie sind immer in der Schultasche mit dabei: Die Schulhefte. Nach Fächern sortiert wird hier das erlangte Wissen festgehalten. Zuhause dienen die Schulhefte als Lernhelfer und werden häufig von den Eltern zum Abfragen und gemeinsamen Lernen in die Hand genommen. Über die Lineatur kann Einfluss darauf genommen werden, in welchen Fächern die Hefte eingesetzt werden. Klassischerweise werden die Schulhefte vor allem in der Unter- und Mittelstufe verwendet. Spätestens in der Oberstufe wird häufig auf Collegenblöcke umgestellt.



**Werbemöglichkeiten:** Alle Umschlagseiten vollfarbig; Innenseiten s/w

**Auflage:** 200 Schulhefte pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 4 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

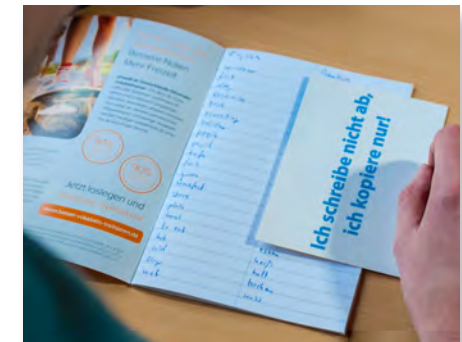
Schulhefte DIN A4					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	10.000	70,00	0,0%	3.500,00	1.200.000
100	20.000	70,00	0,0%	7.000,00	2.400.000
250	50.000	70,00	2,5%	17.062,50	6.000.000
500	100.000	70,00	2,5%	34.125,00	12.000.000
1.000	200.000	70,00	5,0%	66.500,00	24.000.000
2.500	500.000	70,00	7,5%	161.875,00	60.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.

## VOKABELHEFTE

Wie viele „r“ und „s“ gehören nochmal in das englische Wort „embarrassed“? Wo war gleich der Unterschied zwischen „Compliment“ und „Complement“? Im Zweifelsfall wird nachgeschlagen!

Die Vokabelhefte sind für die Schüler nützliche Begleiter während des Unterrichts, den Hausaufgaben und natürlich vor Vokabeltests. Und beim Abfragen der Vokabeln landen die Hefte meistens in den Händen von Mitschülern, älteren Geschwistern oder den Eltern. Vokabelhefte eignen sich als Werbemedium besonders gut für alle, die ihre Zielgruppe nachhaltig im sprachlichen Umfeld abholen möchten.



**Werbemöglichkeiten:** Alle Umschlagseiten vollfarbig; Innenseiten s/w; es besteht die Möglichkeit, fachspezifische Vokabeln einzudrucken.

**Auflage:** 200 Vokabelhefte pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 6 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

Vokabelhefte					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	10.000	70,00	0,0%	3.500,00	1.200.000
100	20.000	70,00	0,0%	7.000,00	2.400.000
250	50.000	70,00	2,5%	17.062,50	6.000.000
500	100.000	70,00	2,5%	34.125,00	12.000.000
1.000	200.000	70,00	5,0%	66.500,00	24.000.000
2.500	500.000	70,00	7,5%	161.875,00	60.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.





## COLLEGEBLÖCKE DIN A4

Er wird über viele Wochen behütet und gepflegt, beschrieben und zum Lernen verwendet: Der Collegeblock ist der tägliche Begleiter der Schülerinnen und Schüler und steht für viel Blickkontakt mit der Zielgruppe. Und das sowohl zu Hause, als auch in der Schule. Collegeblöcke sind gerade bei den älteren Schülerinnen und Schülern besonders beliebt, in der Regel wird er zum Ende der Mittelstufe und in der Oberstufe verwendet. Als Sponsoring-Flächen kommen in der Standard-Version die beiden Seiten des Deckblattes bestens zur Geltung. Durch Add-Ons wie doppelte Deckblätter, hochwertige Ringbindungen oder Eindrücke werden die Collegeblöcke zu einem noch exklusiveren Werbemittel.



**Werbemöglichkeiten:** In der Standardausführung die Umschlagseiten U1 und U2; auf Anfrage weitere Werbemöglichkeiten

**Auflage:** 100 Collegeblöcke pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 12 Wochen vor Kampagnenstart



Collegeblöcke DIN A4					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	5.000	80,00	0,0%	4.000,00	1.600.000
100	10.000	80,00	0,0%	8.000,00	3.200.000
250	25.000	80,00	2,5%	19.500,00	8.000.000
500	50.000	80,00	2,5%	39.000,00	16.000.000
1.000	100.000	80,00	5,0%	76.000,00	32.000.000
2.500	250.000	80,00	7,5%	185.000,00	80.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.



## COLLEGEBLÖCKE DIN A5

Lange Nutzungsdauer, hohe Kontaktstärke und populär bei Schülern in der Sekundarstufe II: Die DIN A5 Collegeblöcke haben alles, was ihre großen Verwandten auch haben – nur eben etwas kompakter! Ihre praktische Größe macht sie zum beliebten Begleiter, sie passen bequem in nahezu jede Hand- und Schultasche. Gerade bei der weiblichen Zielgruppe sind die kompakten Blöcke deshalb besonders beliebt. Für Unternehmen, die vor allem junge Damen ansprechen möchten, sind die A5-Blöcke der Geheimtipp.



**Werbemöglichkeiten:** In der Standardausführung die Umschlagseiten U1 und U2; auf Anfrage weitere Werbemöglichkeiten

**Auflage:** 100 Collegeblöcke pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 12 Wochen vor Kampagnenstart



Collegeblöcke DIN A5					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	5.000	80,00	0,0%	4.000,00	1.600.000
100	10.000	80,00	0,0%	8.000,00	3.200.000
250	25.000	80,00	2,5%	19.500,00	8.000.000
500	50.000	80,00	2,5%	39.000,00	16.000.000
1.000	100.000	80,00	5,0%	76.000,00	32.000.000
2.500	250.000	80,00	7,5%	185.000,00	80.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.

## WANDPLANER

Größer geht es kaum – einmal aufgehängt sind Wandplaner ständig präsent. Und das nicht nur aufgrund ihrer Größe, sondern auch wegen ihrer prominenten Platzierung. Wandplaner finden in Unterrichts- und Aufenthaltsräumen in der Schule ihren festen Platz für das komplette Schuljahr. Das sind genau die Orte, an denen die Schüler den Großteil ihrer Zeit verbringen. Werbebotschaften auf Wandplanern sind somit direkt und indirekt immer im Blickfeld der Schüler. Die passive Nutzung liegt bei mehreren Stunden täglich – bei Schülern und Lehrern. Und auch aktiv werden die Wandplaner gerne genutzt, um Geburtstage, Schulausflüge oder Klausurtermine einzutragen. Das macht sie für Schüler und Lehrer zu einem unverzichtbaren Tool im Bildungsumfeld.



**Werbemöglichkeiten:** Vollständige DIN A1-Fläche außerhalb der Kalenderfelder; vollfarbig; Möglichkeit der Integration bestimmter Termine

**Auflage:** 8 Wandplaner pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 4 Wochen vor Kampagnenstart



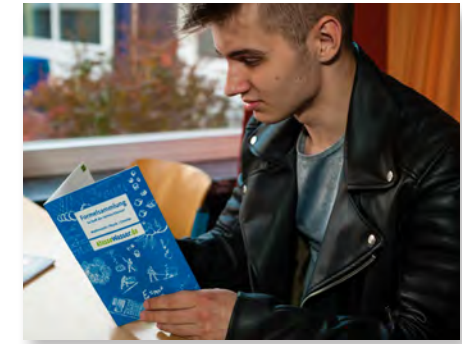
Bildungseinrichtungen

Wandplaner					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	400	70,00	0,0%	3.500,00	12.000.000
100	800	70,00	0,0%	7.000,00	24.000.000
250	2.000	70,00	2,5%	17.062,50	60.000.000
500	4.000	70,00	2,5%	34.125,00	120.000.000
1.000	8.000	70,00	5,0%	66.500,00	240.000.000
2.500	20.000	70,00	7,5%	161.875,00	600.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.

## FORMELSAMMLUNGEN

Sie sind das naturwissenschaftliche Äquivalent zum Duden: Mathematische Formeln, physikalische Gleichungen, das Periodensystem der Elemente – Formelsammlungen sind voller Zahlen und Buchstaben und sind für die Schüler ein wichtiges Nachschlagewerk im Unterricht und bei den Hausaufgaben. Auch bei den meisten Tests und Klausuren sind Formelsammlungen erlaubt. Sie werden von den älteren Schülern bis zum Abitur und häufig noch darüber hinaus regelmäßig genutzt. Deshalb eignen sie sich besonders für finanzielle Themenbereiche wie Bausparverträge oder Schülerkonten oder für Unterrichtsbedarf für die MINT-Fächer als eine kontaktstarke und zielgruppenaffine Ansprache.



**Werbemöglichkeiten:** Alle Umschlagseiten vollfarbig; Auswahl inhaltlicher Schwerpunkte möglich

**Auflage:** 200 Formelsammlungen pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 8 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

Formelsammlungen					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	10.000	70,00	0,0%	3.500,00	10.000.000
100	20.000	70,00	0,0%	7.000,00	20.000.000
250	50.000	70,00	2,5%	17.062,50	50.000.000
500	100.000	70,00	2,5%	34.125,00	100.000.000
1.000	200.000	70,00	5,0%	66.500,00	200.000.000
2.500	500.000	70,00	7,5%	161.875,00	500.000.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten; \* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.



## BEWERBUNGSRATGEBER

Schulabschluss und dann? Für die meisten Schüler ist die Berufs- und Studienorientierung ein Buch mit sieben Siegeln. Umso wichtiger, dass es die beliebten DSA Bewerbungsratgeber gibt. Unternehmen können den angehenden Schulabgängern mit den praktischen Heften gerade in der Orientierungsphase unterstützend zur Seite stehen und hilfreiche Tipps zur Bewerbung geben.



Gleichzeitig sorgen die Bewerbungsratgeber für eine direkte Ansprache der Zielgruppe und eine attraktive Darstellung als zukünftiger Arbeitgeber. Damit bieten sie hervorragende Möglichkeiten zur Mitarbeitergewinnung und zum Employer Branding. Denn die Ratgeber können völlig frei gestaltet werden; der redaktionelle Inhalt und die grafischen Darstellungen werden zusammen mit dem Unternehmen entwickelt. Individuelle Beschreibungen der Berufsbilder, der Branche und des Unternehmens führen zu einem hohen Nutzwert für Bewerber und Unternehmen.



**Werbemöglichkeiten:** Alle Umschlagseiten; Auswahl inhaltlicher Schwerpunkte und Berufsbilder

**Auflage:** 100 Bewerbungsratgeber pro Schule

**Buchungsvorlauf:** 6 Wochen vor Kampagnenstart



Bildungseinrichtungen

Bewerbungsratgeber					
Schulen	Auflage gesamt	Media pro Schule	Rabatt auf Media	Preis gesamt	Kontakte*
50	5.000	70,00	0,0%	3.500,00	250.000
100	10.000	70,00	0,0%	7.000,00	500.000
250	25.000	70,00	2,5%	17.062,50	1.250.000
500	50.000	70,00	2,5%	34.125,00	2.500.000
1.000	100.000	70,00	5,0%	66.500,00	5.000.000
2.500	250.000	70,00	7,5%	161.875,00	12.500.000

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. Technischer Kosten;\* Vgl. DSA-Media-Untersuchung 2022.



## DSA ZUKUNFTSSÄULEN

Sie sind die innovative Antwort auf die Frage, wie Unternehmen auch in Zukunft noch genügend Azubis für ihre Ausbildungsplätze gewinnen möchten: Die DSA Zukunftssäulen.

Mit ihrem Mix aus analogen (Postkarten, Flyer, Plakate) und digitalen (32-Zoll-Screen, Videos) Werbeflächen sind die neuen Zukunftssäulen die ultimative Unterstützung der Berufs- und Studienorientierung in den Schulen.



Die Zukunftssäulen stehen direkt an den Hot Spots der Schulen, so dass die Schülerinnen und Schüler mehrmals täglich an ihnen vorbeikommen. Ein schneller Blick auf den Monitor und ein Griff zu den Flyern und Postkarten gehört somit zum Schulalltag dazu.

**Werbemöglichkeiten analog:** Postkarten und Flyer in der Größe bis DIN A5

**Auflage:** 50 Postkarten oder Flyer pro Schule

**Werbemöglichkeiten digital:** Standbilder und Bewegtbild (20-Sekunden-Spots)

**Einblendungen:** Ca. 1.000 Einblendungen pro Monat und Schule

**Buchungsvorlauf:** 4 Wochen vor Kampagnenstart

**Partnerschaften:** BASIS (Postkarte, Flyer)  
BASIS-PLUS (BASIS + Screen)  
PREMIUM (BASIS-PLUS + Plakat)



Bildungseinrichtungen

DSA Zukunftssäulen						
Schulen	BASIS pro Schule	BASIS gesamt	BASIS-PLUS pro Schule	BASIS-PLUS gesamt	PREMIUM pro Schule	PREMIUM gesamt
20	60,00	1.200,00	140,00	2.800,00	200,00	4.000,00
50	60,00	3.000,00	140,00	7.000,00	200,00	10.000,00
75	60,00	4.500,00	140,00	10.500,00	200,00	15.000,00
100	60,00	6.000,00	140,00	14.000,00	200,00	20.000,00
250	60,00	15.000,00	140,00	35.000,00	200,00	50.000,00
500	60,00	30.000,00	140,00	70.000,00	200,00	100.000,00

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



## THEMEN-BOXEN

Für manche Inhalte sind selbst die größten Werbeflächen zu klein: Warum ist es wichtig, wählen zu gehen? Wie kann die Energiebilanz einer ganzen Stadt verbessert werden? Was gehört alles in einen vernünftigen Schulgarten? Und was muss man in der Erkältungszeit alles beachten, um möglichst nicht krank zu werden?



Diese und viele andere Themen lassen sich über Themen-Boxen perfekt in den Schulalltag integrieren. Die Inhalte solcher Themen-Boxen werden zuvor gemeinsam mit dem Kunden und Lehrern entwickelt. Im persönlichen Kontakt mit der Schulleitung und den Fachlehrern werden die einzelnen Themen vorgestellt und die Boxen überreicht – inklusive eines Leitfadens, wie die Themen im Unterricht umgesetzt werden können. Schulsponsoring at its best.

**Werbemöglichkeiten:** Individuelle Gestaltung der Themen-Box und ihrer Inhalte wie beispielsweise: Themenhefte, Spiele, Samples, Anleitungen für Rollenspiele, Aufgaben- und Lösungsbögen, Rätselhefte, Quizfragen und -antworten etc.

**Auflage:** 2 bis 8 Themenboxen pro Schule

**Buchungsvorlauf:** Mind. 12 Wochen vor Kampagnenstart

**Preis:** auf Anfrage



## SCHULMARKETING - WEITERE IDEEN

Sie sind auf der Suche nach individuelleren Ideen? Sehr gerne! Unser DSA-Team ist spezialisiert auf die Entwicklung maßgeschneiderter Konzepte und Schulmarketing-Ideen. Eine kleine Auswahl finden Sie hier:

### YOUNGSTAR EVENTS

Actionreiche Sportturniere, ein spannendes Wissensquiz oder ein Rock-Konzert mitten auf dem Schulgelände – Events in der Schule bedeuten für die Schüler Spaß pur und sind eine willkommene Abwechslung im Schulalltag. Die Unterhaltung der Schüler steht im Vordergrund, gleichzeitig wird Ihre Werbebotschaft unaufdringlich in die Veranstaltung integriert. So wird sie Schülern und Lehrern spielerisch nähergebracht und bleibt fest und vor allem positiv in Erinnerung. Zusammen mit unseren Experten-Teams entwickeln wir ein maßgeschneidertes Konzept, das auf der einen Seite genau zu Ihrem Unternehmensbild passt und auf der anderen Seite einen Mehrwert für die Jugendlichen und die Schulen bietet.



### YOUNGSTAR SAMPLINGS

Je persönlicher der Kontakt, desto wirksamer die Werbebotschaft! Deshalb setzen wir bei der Umsetzung Ihrer Promotionkampagne auch auf die direkte Ansprache durch unsere engagierten Mitarbeiter. Dabei gibt es zahlreiche Möglichkeiten, Ihre Zielgruppe individuell und emotionsstark anzusprechen. Leckere Food-Samplings, Schulmaterialien oder Gewinnspiele mit kleinen Preisen werden passend auf die gewünschte Zielgruppe zugeschnitten und kommen garantiert ausgezeichnet bei jüngeren und älteren Schülern an.



### YOUNGSTAR MAILINGS

Schulleiter, Fachbereichsleiter, Schulsprecher – mit den youngstar mailings erreichen Sie wichtige Ansprechpartner und starke Multiplikatoren ohne Umwege innerhalb der Bildungseinrichtungen. Mit unserer Hilfe sprechen Sie die Meinungsführer direkt und persönlich mit hochwertigen Anschreiben oder veranschaulichenden Produktsamples an. Einmal überzeugt sind diese Personen starke Multiplikatorengruppen mit großem Einfluss auf das schulische Umfeld.

