

WIR DANKEN UNSEREN HAUPTSPONSOREN:



WIR DANKEN UNSEREN SPONSOREN:



...HERZLICH.WILLKOMMEN.ZUR.PRESSEKONFERENZ.ANLÄSSLICH.DER.HAUPTWOHNSITZKAMPAGNE.2009...

Welcome  
to  
Fabulous  
LAS JENAS



# AGENDA

BEGRÜSSUNG

VORSTELLUNG DER KAMPAGNE

FRAGEN DER PRESSE

GELEGENHEIT FÜR FOTOS



2

# AGENDA

BEGRÜSSUNG

VORSTELLUNG DER KAMPAGNE

Strategischer Ansatz

Gestalterische Umsetzung

FRAGEN DER PRESSE

GELEGENHEIT FÜR FOTOS



3

# Strategischer Ansatz

## ZIEL DER KAMPAGNE

- ★ Sicherung Großstadtstatus für Jena
- ★ Aufmerksamkeit der Zielgruppe wecken
- ★ Anmeldungen zum Hauptwohnsitz



4

# Strategischer Ansatz

## ZIELGRUPPE

- ★ 6.500 Studienanfänger der Universität und Fachhochschule
- ★ Beginn eines neuen Lebensabschnitts
- ★ Vorfreude, Spannung und Orientierungslosigkeit
  
- ★ Nicht-Hauptwohnsitz-Studenten



5

# Strategischer Ansatz

AUSGANGSPUNKT



Jena = Lichtstadt



6

# Strategischer Ansatz

AUSGANGSPUNKT



Geld = Jackpot



7

# Strategischer Ansatz

AUSGANGSPUNKT



Studenten = Gewinner



8



# Strategischer Ansatz

## KERNBOTSCHAFT

Welcome to fabulous Las Jenas – Hauptgewinn mit Hauptwohnsitz

- ★ Die Kampagne kommuniziert sowohl die finanziellen als auch bürokratischen Vorteile der Hauptwohnsitzanmeldung in Jena
- ★ Einsatz einer positiven Imagekampagne:  
Gewinner- und Glücksgefühl



10

# Strategischer Ansatz

## KAMPAGNENSTRATEGIE

- ★ Zwei-Stufen-Strategie
- ★ Integrative Verknüpfung der Multiplikatoren
- ★ Permanente Kommunikation auf verschiedenen Kontaktebenen



11

# Strategischer Ansatz

## TONALITÄT

- ★ Direkt kommuniziert
- ★ Glamourös überdreht
- ★ Bunt verspielt



12

# Strategischer Ansatz

## KOMMUNIKATIONSKANÄLE

- ★ Klassische Werbung
- ★ Below-the-Line Maßnahmen
- ★ Public Relation

Permanente Kommunikation auf verschiedenen Kontaktebenen



13

# AGENDA

BEGRÜSSUNG

VORSTELLUNG DER KAMPAGNE

Strategischer Ansatz

Gestalterische Umsetzung

FRAGEN DER PRESSE

GELEGENHEIT FÜR FOTOS



14

## Gestalterische Umsetzung

KLASSISCHE WERBUNG



A1-Plakate innerhalb des Stadtgebietes  
und an den Jenaer Hochschulen  
(Universität und Fachhochschule)



15



# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



A1-Plakate innerhalb des Stadtgebietes  
und an den Jenaer Hochschulen  
(Universität und Fachhochschule)



16

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



A3-Plakate in den Straßenbahnen und  
Bussen des Jenaer Nahverkehrs



17

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



18/1 Plakate an den zentralen Bahnhöfen Jenas



18

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



Banner am Balkon der FSU



19

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



Banner an der Mensa auf dem Campus der FSU (Ernst-Abbe-Platz)



# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



Banner am Bürgeramt



# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



City-Light-Poster

Mensa (Ernst-Abbe-Platz)



22

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



Flyer



23

# Gestalterische Umsetzung

## KLASSISCHE WERBUNG



Zeitung



24

# Gestalterische Umsetzung

## BELOW-THE-LINE



Promotion



25

# Gestalterische Umsetzung

BELOW-THE-LINE



Promotion-Beutel mit  
Give-aways



26

# Gestalterische Umsetzung

BELOW-THE-LINE



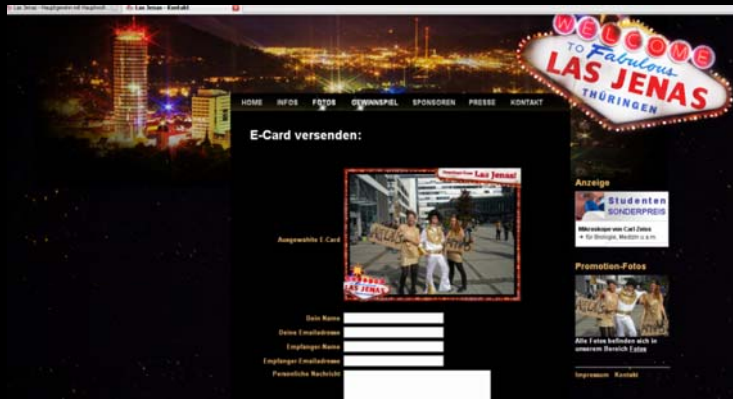
[www.lasjenas.de](http://www.lasjenas.de)



27

# Gestalterische Umsetzung

## BELOW-THE-LINE



E-Card Special



# Gestalterische Umsetzung

## BELOW-THE-LINE

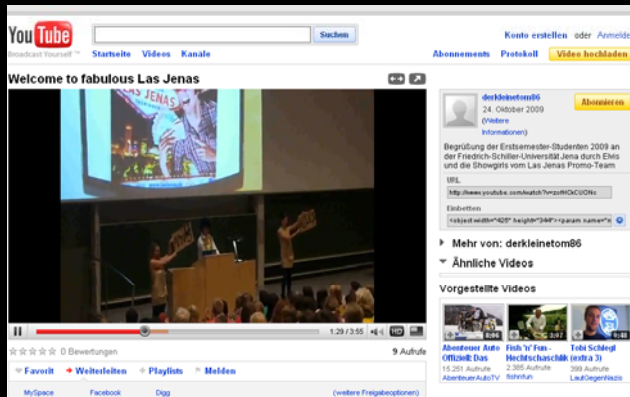


Gründung einer studivZ-Gruppe



# Gestalterische Umsetzung

## BELOW-THE-LINE



YouTube Video



30

# AGENDA

BEGRÜSSUNG

VORSTELLUNG DER KAMPAGNE

FRAGEN DER PRESSE

GELEGENHEIT FÜR FOTOS



31



# AGENDA

BEGRÜSSUNG

VORSTELLUNG DER KAMPAGNE

FRAGEN DER PRESSE

GELEGENHEIT FÜR FOTOS

