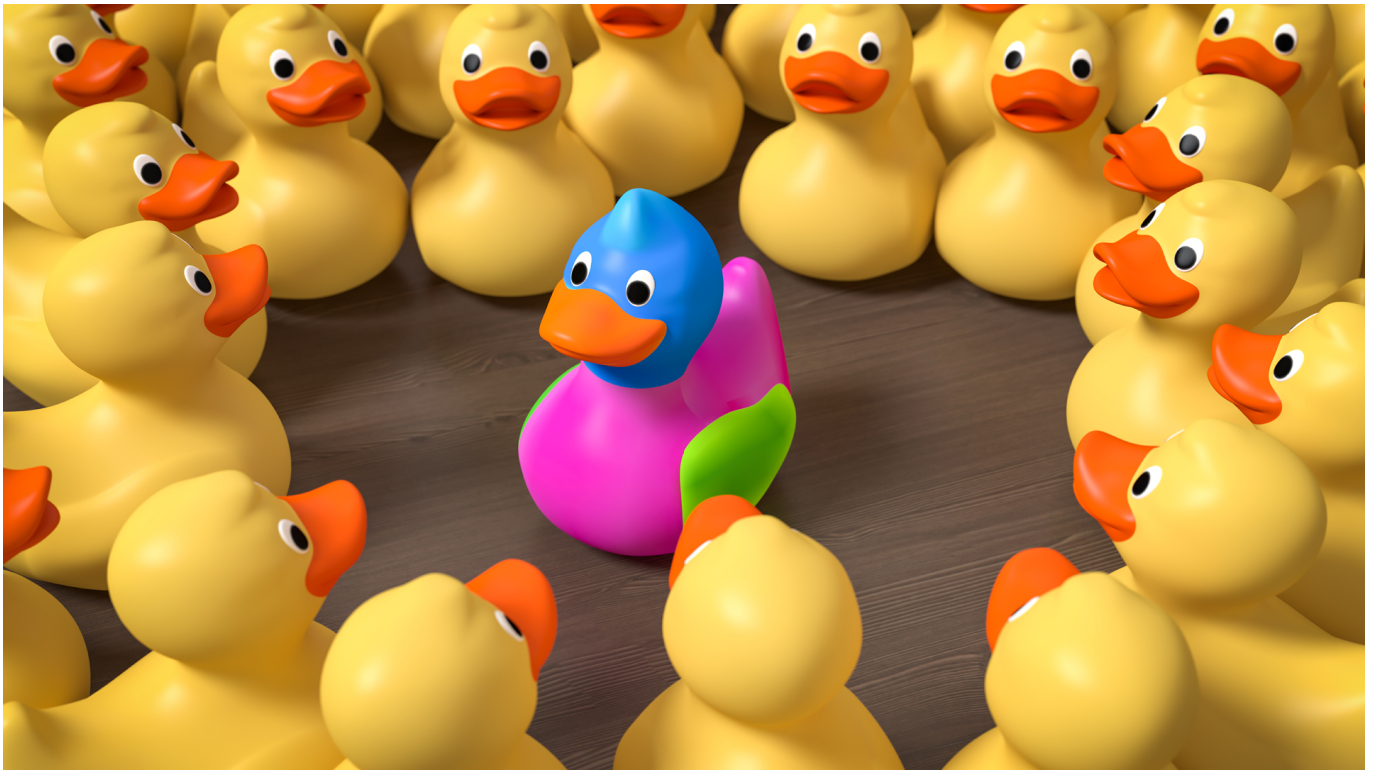




DIE IDEE

Heben Sie sich mit einem eigenen Magazin von der Konkurrenz ab

Werbung ist oft gleichförmig und oberflächlich. Dem wollen wir entgegenwirken und die individuellen Stärken von Bildungsinstitutionen vertieft vorstellen.

Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Werbe- und Kommunikationsmassnahmen immer mal wieder ins Leere laufen? Sehen Sie den Wald vor lauter Bäumen nicht, weil man heute nicht nur mit einer Website Präsenz markieren sollte, sondern auch noch gut frequentierte Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram pflegen muss? Und bräuchte es dazu bestenfalls nicht immer auch noch eine kleine Anzeige in der Lokalzeitung? Nehmen wir einmal an, Sie nehmen diese Arbeit auf sich, die fast einem Full-Time-Job gleichkommt, wenn man sie richtig machen will. Wie unterscheiden Sie sich nun von Ihrer Konkurrenz und präsentieren die eigenen Stärken nachhaltig? Auf den immergleichen

Kanälen sticht keiner heraus – die Flut an Werbung verdrängt die Individualität. Die Lösung für dieses Dilemma halten Sie gerade in den Händen. Mit einem eigenen Magazin haben Sie Aufmerksamkeit auf sicher! Sie können damit vertieft auf Ihre Stärken eingehen, Ihre Dienstleistungen auf spielerische Art präsentieren und sich zugleich als Opinionleader etablieren. Das schafft Vertrauen und Kundenbindung auf emotionaler Ebene.

Unsere Agentur «Das Kommunikations-Revier» besteht aus ausgebildeten Journalismus- und Marketing-Fachleuten. Bei unserer täglichen Arbeit für Zeitungen und Magazine ha-

ben wir etwas immer wieder gesehen: Bildungsinstitutionen haben oft Mühe, ihre Arbeit auf natürliche Weise, etwa in Publireportagen oder Werbeanzeigen, zu präsentieren und dadurch zusätzliche Kundschaft zu generieren. Meistens waren die Kosten hoch und die Rückmeldungen tief.

Der Grund dafür ist, dass die Konkurrenz auf die genau gleichen Mittel setzt und diese Gleichschaltung dazu führt, dass die Interessentinnen und Interessenten zwar eine grosse Auswahl, aber kaum Entscheidungsgrundlagen haben.

Stellen Sie sich nun vor, Ihre Instituti-

on macht den Unterschied, weil die Kundschaft sich auf natürliche und spannende Art und Weise in Ihr Angebot vertiefen kann. Das ist die Idee dieses Magazins, das auf Wunsch kombiniert mit einem Cross-Media-Auftritt auch ganzheitlich als Bildungskommunikation realisiert werden kann. Durch die verschiedenen Rubriken dieses Magazins wird Ihre Institution ganzheitlich beleuchtet: beispielsweise mit einer Reportage über spezifische Lehrgänge. Das schafft Vertrauen. Ein Beispiel dazu finden Sie auf den Seiten 6 und 7, wo wir die Entstehung dieses Mustermagazins nachgezeichnet haben.

Leo Niessner / Pascal Münger,
Bildlizenzen: stock.adobe.com