

THEORIE UND PRAXIS DER JUGENDKOMMUNIKATION

Erfolgsorientierte strategische Kommunikation für junge Zielgruppen mit den aktuellsten Jugendtrends aus unserem neuen Zukunftsforschungsprojekt „Zukunftsmaschine“



SAVE THE DATE!

23. November 2016

von 10.00 – 18.00 Uhr

Institut für Jugendkulturforschung,
Alserbachstraße 18, 1080 Wien

Anmeldung unter: karin.wohltran@tfactory.com

Anmeldeschluss: 27. September 2016

Zielgruppe:

PraktikerInnen aus den Bereichen PR, Werbung und Eventplanung für junge Zielgruppen in Unternehmen und Organisationen

Inhalte:

Die Jugendkommunikation ist im ständigen Umbruch. Was heute noch angesagt ist, ist morgen schon out. Die Zukunft wird der „präsentativen“ Kommunikation gehören. Anstelle der richtigen Argumente wird das sinnlich unmittelbare Verstehen treten. Die gesamte Jugendkultur verwandelt sich in eine einzige große Castingshow. Jene Marken werden am Markt gewinnen, die jungen Menschen dabei helfen können, beliebt, berühmt und erfolgreich zu sein.

Das Zielpublikum des Jugendmarketings wird immer jünger. Formate wie „The Voice Kids“ zielen auf die Acht- bis Vierzehnjährigen mit Strategien des Jugendmarketings. Dadurch werden Kinder schon frühzeitig in jugendliche Konsumenten verwandelt. Jugendkommunikation ist zur visuellen Kommunikation geworden. In erster Linie wird die Zielgruppe durch die richtige Motivwahl und die richtige Formensprachen erreicht und motiviert.

Marken, egal ob kommerziell oder sozial ausgerichtet, müssen primär Träger eines ideellen Nutzens sein. Die relevanten Markenwerte sind ästhetische Werte. Profits und Non-Profits müssen die Zielgruppe mit Identitätselementen versorgen, die diese zum Aufbau einer unverwechselbaren Persönlichkeit nutzen können. Nur dann werden sie in Zukunft erfolgreich sein.

Lernziel:

- Kennenlernen der neuesten Kommunikations- und Lifestyletrends für die Zielgruppen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen
- Neue Entwicklungen im Bereich Markenführung, Werbemittelgestaltung und strategische Medienplanung für junge Zielgruppen

Praxis 1:

Wir zeigen die neuesten Medien- und Designtrends aus den Sparten des Profit- und des Non-Profit-Marketings, angesagte Events und Marken und versuchen die Gründe für deren Zielgruppenerfolg herauszuarbeiten. Junge Agenturprofis präsentieren eigene erfolgreiche Produkt- und Non-Profitkampagnen.

Praxis 2:

Bringen Sie Ihre Ideen, Designs, Werbemittel und Mediastategien mit und legen Sie diese unserem Panel aus ausgewählten jungen Trendsettern vor. Holen Sie sich gute Ratschläge direkt von der Zielgruppe.

Speakers:

Mag. Bernhard Heinzlmaier (tfactory)
Matthias Rohrer (Institut für Jugendkulturforschung)
Martina Ackerl (Do it! Communications)

Do it!
Wir machen Werbung.

t factory
Trendagentur
jugendkultur.at