

Pressemitteilung

IU Internationale Hochschule

Pressestelle IU Internationale Hochschule

15.05.2024

<http://idw-online.de/de/news833598>

Studium und Lehre
fachunabhängig
überregional



Türöffner in die akademische Welt: IU Internationale Hochschule startet bundesweite Out-of-Home-Kampagne

Die Marketing-Kampagne richtet sich an Menschen, die ein Studium in Erwägung ziehen, aber unentschlossen sind oder die IU noch nicht kennen. Sie zeigt, wie flexibel sich das Angebot der IU in jede Lebensphase integrieren lässt – mit oder ohne Abitur.

Die IU Internationale Hochschule (IU), die größte Hochschule Deutschlands, startet heute ihre erste bundesweite Out-of-Home-Kampagne. Diese entstand in enger Zusammenarbeit mit der Agenturgruppe Jung von Matt, die maßgeblich für das Kreativkonzept verantwortlich ist. Bereits Anfang dieses Jahres als Testlauf in Nordrhein-Westfalen zu sehen, wird die Kampagne nun auf ganz Deutschland ausgeweitet. Das Ziel ist es, Menschen anzusprechen, die ein Studium in Erwägung ziehen, aber unentschlossen sind oder die IU und ihre Studienmodelle noch nicht kennen. Das IU-Angebot wird als flexibles, personalisiertes Studium präsentiert, das sich in jeden Lebensabschnitt integrieren lässt. Mit vier gezielt inszenierten Motiven wird die Kampagne über das gesamte Bundesgebiet ausgerollt und erreicht mit circa 50.000 Plakaten Großstädte wie Berlin, Hamburg, Hannover, Frankfurt, München, Dresden und Leipzig.

Alexander Krösser, Chief Marketing Officer an der IU Internationalen Hochschule, erklärt: „Mit unserer Kampagne streben wir an, die Wahrnehmung von Hochschulbildung grundlegend zu verändern. Ich glaube fest daran, dass ein Studium an der IU eine flexible und zugängliche Wahl für die berufliche und persönliche Entwicklung eines jeden ist, auch unter herausfordernden Lebensbedingungen wie einem anspruchsvollen Vollzeitjob, mehreren Arbeitsstellen, der Verantwortung der Selbstständigkeit, familiären Pflichten, finanziellen Hindernissen oder dem Fehlen von akademischen Rollenvorbildern in der Familie. Wer bei uns einen mutigen Schritt wagt und seine akademische Ausbildung beginnt, findet in der IU die richtige Wahl. Dies beweisen täglich mehr als 130.000 Studierende, die jeder für sich die eigenen Herausforderungen des täglichen Lebens meistern und trotzdem erfolgreich im Studium sind.“

In Nordrhein-Westfalen (NRW) lief zu Beginn des Jahres eine Testkampagne mit über 11.000 Plakaten, darunter circa 2.000 Großflächen-Motive, 1.000 Mega Lights, 7.500 City Lights und 500 Premium Lights. Zusätzlich wurden ab Dezember 2023 erste Kampagnen-Videos in auf YouTube ausgespielt.

Angesichts der positiven Ergebnisse hat sich die IU für einen Roll-Out in ganz Deutschland entschieden. Die Kampagne vermittelt dabei die Vorstellung, dass ein Studium an der IU keine unerreichbare Option ist, sondern gut in jede Lebensphase passt – ganz gleich, ob die Zielgruppen über ein Abitur verfügen oder nicht.

Über die Out-of-Home-Kampagne der IU

Die Plakatkampagne ist von Mai bis September 2024 im Bundesgebiet zu sehen. Vier kreative Plakatmotive vermitteln jeweils mit einem eigenen Claim die Botschaft eines maximal flexiblen und individuell gestaltbaren Studiums, das sich in jede Lebensphase integrieren lässt. Die Slogans lauten:

- 1) Erst einsteigen, dann aufsteigen – Mit deinem StudIUm.
- 2) Du verdienst mehr. Mit deinem StudIUm.
- 3) Mit einem StudIUm – von Quereinsteigerin zur Senkrechtstarterin.
- 4) Das StudIUm für alle, die auch ohne Rosen den Bachelor wollen.

Die Motive zeigen emotionale Momentaufnahmen aus dem Alltag der Studierenden, die ihr Studium nahtlos in ihr Leben integrieren. Mit dem Wortspiel „StudIUm“ positioniert sich die IU als Synonym für ein zukunftsorientiertes und flexibles Studium und etabliert eine starke Markenassoziation, die IU und Studium untrennbar miteinander verbindet. Begleitend zur Kampagne kommen Bewegtbildinhalte in verschiedenen Online-Plattformen zum Einsatz. Weitere Kampagnen, die das Storytelling in den Mittelpunkt stellen, sind geplant.

Die IU möchte mit der Kampagne ihr Studienangebot einem breiteren Publikum zugänglich machen und mehr Studierende gewinnen. Dabei stehen die Zugänglichkeit und Flexibilität der IU-Studienprogramme im Fokus.

Mit der beeindruckenden Geschichte über Dominik Latussek, über die erst kürzlich in den Medien berichtet wurde (<https://www.waz.de/staedte/duisburg/article241946486/Von-der-Strasse-zum-Streetworker-Dominiks-harter-Weg.html>), hat die IU bereits gezeigt, dass sie die Herausforderung, bisher unerreichte Zielgruppen anzusprechen, erfolgreich bewältigen kann. Trotz seiner schwierigen Kindheit und Jugend hat Dominik sich aus eigener Kraft bis zu einem Masterstudium an der IU hochgearbeitet. Heute ist er als Streetworker in Duisburg-Hochheide tätig und studiert parallel an der IU Coaching. Sein nächstes großes Ziel ist es, zu promovieren.



Jetzt kostenlos testen.

www.iu.de



Plakatmotiv: Das StudIUm für alle, die auch ohne Rosen den Bachelor wollen.
IU Internationale Hochschule



Starte jetzt durch.

www.iu.de



Plakatmotiv: Erst einsteigen, dann aufsteigen – Mit deinem StudIUm.
IU Internationale Hochschule