



ZIELGRUPPENGERECHT KOMMUNIZIEREN BACHELORSTUDIUM BEI EC EUROPA CAMPUS



Prof. Dr. Volker-Jeske Kreyher vor der Nike im Louvre

Wer Marken und Unternehmen bekannt machen will und Meinungen und Märkte verändern möchte, muss sich bewusst auf die jeweiligen Zielgruppen einstellen. EC Europa Campus bietet passende Studiengänge an, die den Studierenden dieses Know-how praxisgerecht vermitteln. Diese schließen mit dem staatlichen Hochschulabschluss des Bachelor of Arts und des Master of Arts ab.

Prof. Dr. Volker Kreyher ist Akademischer Leiter des EC Europa Campus mit Studienzentren in Karlsruhe, Mannheim und Frankfurt/Main.

Was muss geschehen, um Marketingkampagnen wirksam zu machen?

Kampagnen müssen geplant und gesteuert werden. Dafür ist es notwendig, alle Aktivitäten strategisch auf die Ziele und Zielgruppen auszurichten. In der taktischen Planung der Einzelmaßnahmen kann man dagegen flexibel bleiben.



Wie ist es mit der Zielgruppe der Jugendlichen – wie kann man sie erreichen?

Eine sehr marktaktive Trendgruppe sind die ‚Großstädtischen Jugendlichen‘: Diese sind mode- und markenbewusst, eventorientiert und experimentierfreudig. Körperkultur und Sport spielen eine wichtige Rolle. Social Media und Eventmarketing sind hier geeignete Kommunikationsinstrumente. Ein Charakteristikum dieser Trendgruppe ist, dass sie sowohl risikofreudig als auch traditionell orientiert ist: Diese Jugendlichen sind gleichzeitig spaß- und erfolgsorientiert.

Sport- und Gesundheitsorientierung liegen im Trend – wie lässt sich dieser Trend marktgerecht nutzen?

Körperbewusstsein, Fitness, Wellness, Health and Beauty gehören zum Lifestyle junger, businessaktiver Menschen. Gerade wenn es um die Entwicklung touristischer und freizeitbezogener Angebote, etwa im Hotel- oder Gastronomiebereich, geht, sollten die Erwartungen des neuen ‚Lifestyles of Health and Sustainability‘ gezielt erfüllt werden. Soziale Netzwerke und eventorientierte Angebote sind auch hier die passenden Kommunikationsinstrumente, um sport- und gesundheitsorientierte Menschen gezielt anzusprechen.



Die Zielgruppe älterer Menschen ist für das Marketing besonders relevant – welche Trends zeichnen sich ab?

Gerade im Mode-, Gesundheits- und Sportmarketing sind aktive ältere Menschen eine wichtige Zielgruppe. Jugend und Jungsein ist heute keine Frage des Alters – sondern eine Frage der Einstellung. Lebensqualität und moderne Lebenskultur müssen in allen Aussagen, besonders in der bildlichen Ansprache, zum Tragen kommen. Eine Zielgruppe, die sich durch hohe Lebens- und Freiheitsansprüche auszeichnet, ist die jetzt älter werdende 68er Generation: Für diese Marktgruppe müssen neue adäquate Produkt- und Leistungsangebote im Freizeit-, Ernährungs-, Gesundheits-, Sport- und Wohnbereich entwickelt werden.

Gemeinsam mit den Studierenden entwickelt EC Europa Campus aktuelle Marktstudien und Kommunikationskonzepte, die den Trends und Trendgruppen gerecht werden.

Axel Kahn