

Action an der TU

educom nutzt die umfassenden Brandingmöglichkeiten an der größten Technischen Universität Österreichs.



© MIP Media in Progress

Für die Zielgruppe der Studierenden bietet Media in Progress ein umfassendes Spektrum an Medien, Ideen & Produkten.

WIEN. An der aktuellen Branding-Kampagne für educom kommen Studierende der TU Wien kaum vorbei. Denn dort sorgt das größte und umfangreichste Uni-Branding Österreichs im Gesamtumfang von mehr als 200 m² in Eingangsbereichen der meist frequentierten TU-Gebäude sowie 2 XXL-Stiegen- und zehn Liftbrandings der größten Technischen Universität des Landes für jede Menge Aufmerksamkeit. Abgerundet wurde der Branding-Auftritt durch eine Promotionaktion, die direkt vor Ort zahlreiche Tarifabschlüsse generiert hat.

Die aktuelle educom-Kampagne punktet mit imposanten Leistungswerten. Gerade unter den technikaffinen Studenten begeistern die Handytarife mit bis zu 75 GB Datenvolumen und rasanten 150 Mbit/s. „Die beeindruckenden Brandings an der TU waren der Ankerpunkt einer großen österreichweiten Uni-Kampagne mit UniScreens,

Die Akteure

Media in Progress

Gilt als Marktführer für Markeninszenierungen an Unis und FHs in Österreich. Zum Portfolio gehören neben zahlreichen Branding-Möglichkeiten in Unis und Mensen auch UniPlakate, educom Willkommenstaschen, UniScreens, Online-Werbung, die edudeals Gutscheinkampagnen, das Bildungs- und Karrieremagazin *eduguide* und das Musikmagazin *Volume*.

edustore

Bildungsrabatte auf Laptops/ Tablets sowie Vergünstigungen für Mode, Handy, Kino & Co und seit dem Unistart 2016 auch der eigene Mobilfunktarif (www.educom.at) stehen Schülern und Studierenden sowie Lehrern, Unibediensteten und Angehörigen tertiärer Bildungseinrichtungen zur Verfügung.

UniPlakaten, in Newslettern, auf Uni- und ÖH-Websites und in Social Media und brachten educom ein Kundenplus von mehr als 80 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum“, erklärt educom-Marketingleiterin Susanne Pözl.

Großflächige Inszenierungen

Die umfassenden Möglichkeiten an der TU Wien ergänzen nun die bestehenden Branding-Möglichkeiten in der Mensa der WU Wien, der Mensa der Universität Wien sowie am Campus der Uni Graz und in der Mensa der Uni Innsbruck.

„Der Trend in der Außenwerbung geht stark in Richtung großflächiger und hochwertiger Markeninszenierungen“, sagt Media in Progress-Gründer Markus Müller zum Ausbau des Portfolios. „Diesen Trend bringen wir nun exklusiv zu noch mehr jungen Trendsettern an allen großen Universitäten des Landes.“ (pj)

UNTER21-TARIFE

Das „3“-Portfolio für Jugendliche

WIEN. Das neue MyLife Tarifportfolio richtet sich seit einigen Wochen speziell nach den Kommunikationsbedürfnissen von Kindern und Jugendlichen unter 12 bzw. 21. Neben stattlichen Gigabytes bieten die neuen MyLife Jugendtarife auch eine automatische Jugendschutzsperre.

Die MyLife-Vorteile bleiben auch nach dem 12. bzw. 21. Lebensjahr der Nutzer erhalten – es erfolgt keine automatische Umstellung auf einen anderen Tarif.

Weitere Details

Vorteile der MyLife Vertragsoptionen sind neben den attraktiven Inhalten vergünstigte Smartphones wie z.B. zum Tarifstart das Samsung Galaxy A5 um 0 €.

Der Vertragsabschluss kann für Nutzer unter 18 nur durch einen Elternteil erfolgen; Mehrwertdienste und Datenroaming sind standardmäßig deaktiviert.

Auf Wunsch der Eltern kann Datenroaming aktiviert werden. (pj)

www.drei.at/mylife



© Karli Michalski

3-CEO Jan Trionow

„MyLife Jugendtarife sind für Nutzer unter 21 bei Neuabschluss bzw. bei Tarifwechsel verfügbar.“