

**studieren  
weltweit**

**ERLEBE ES!**

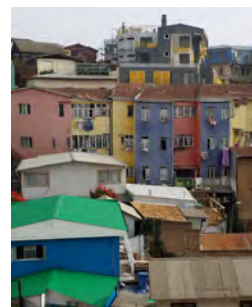
# DER ANSATZ

Der DAAD hat sich zum Ziel gesetzt, noch mehr **junge Menschen** für einen **Auslandsaufenthalt** während ihres Studiums zu **begeistern**: Bis zum Jahr 2020 soll die Hälfte aller Absolventen deutscher Hochschulen studienbezogene Auslandserfahrungen gesammelt haben. Die Kampagne „**studieren weltweit – ERLEBE ES!**“ soll dazu beitragen und Studierende motivieren, ins Ausland zu gehen.

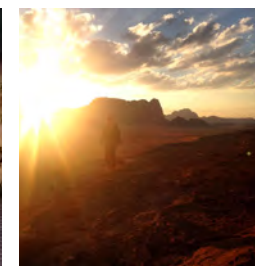
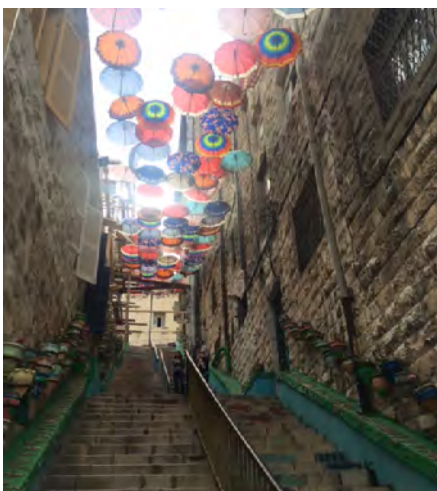
Wer während des Studiums ins Ausland geht, möchte persönlich weiterkommen. Studierende, die im Ausland waren, bewerten ihre **persönlichen Erfahrungen** vor Ort als besonders gewinnbringend. Deswegen stehen diese **Erlebnisse** bei der Kampagne im Mittelpunkt.



GASTLAND  
VERSTEHEN  
84%



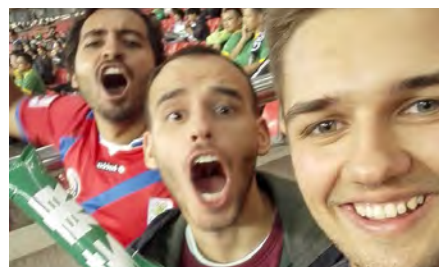
MEHR SELBSTVERTRAUEN  
ERLANGEN  
71%



SPRACHEN  
LERNEN  
71%



SPANNENDE ZEIT  
ERLEBEN  
90%

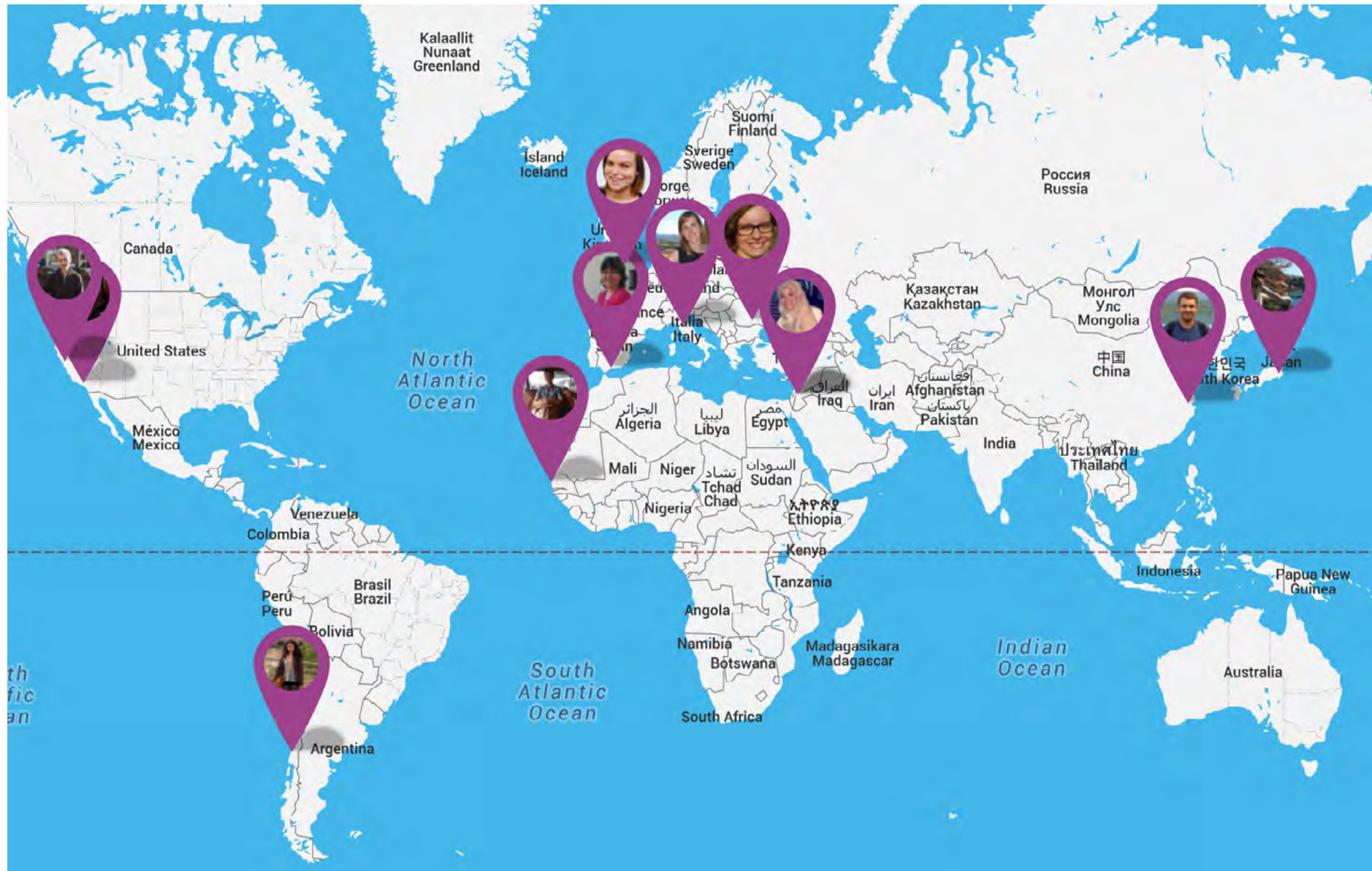


# DIE UMSETZUNG

Bei keiner anderen Zielgruppe sind eine **glaubwürdige und authentische Kommunikation** wichtiger als bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Da niemand persönliche Erfahrungen und bleibende Erlebnisse glaubwürdiger vermitteln kann als die Zielgruppe selbst, setzen wir auf ebendiese.

Für die Kampagne wurde deshalb ein **weltweites Correspondents-Netzwerk** aufgebaut: Studierende im Ausland berichten

von ihren Aufenthalten. Sie vermitteln ein Gefühl für den Alltag in anderen Ländern, schreiben authentisch von ihren Erfahrungen und lassen Studierende in Deutschland daran teilhaben. Und das dort, wo die Zielgruppe am besten erreicht werden kann: **Online und in den sozialen Medien.**



# #ERLEBEES

Mit dem **digitalen Schwerpunkt** ist die Kampagne dort verortet, wo sich ihre junge Zielgruppe bewegt: Ob Instagram, Facebook, YouTube oder Twitter – die Correspondents teilen ihre Erlebnisse über ihre persönlichen **Social-Media-Kanäle**. Alle Inhalte der Correspondents und der Kampagnenredaktion wer-

den auf einer **neuen Website** gebündelt: Dort fließen die Blogbeiträge der Correspondents und deren Social-Media-Posts zusammen; praktische Planungshilfen und alle wichtigen Informationen zu Studium, Praktikum und Sprachkurs im Ausland komplettieren das Angebot der Website.

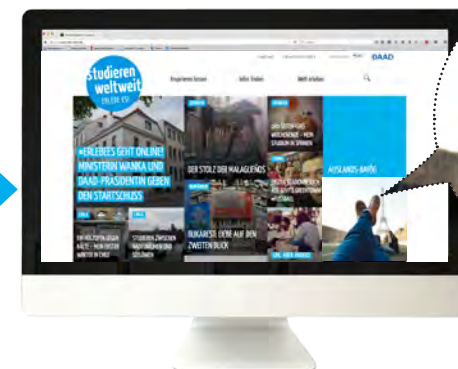
## 1. ERLEBEN



## 2. TEILEN

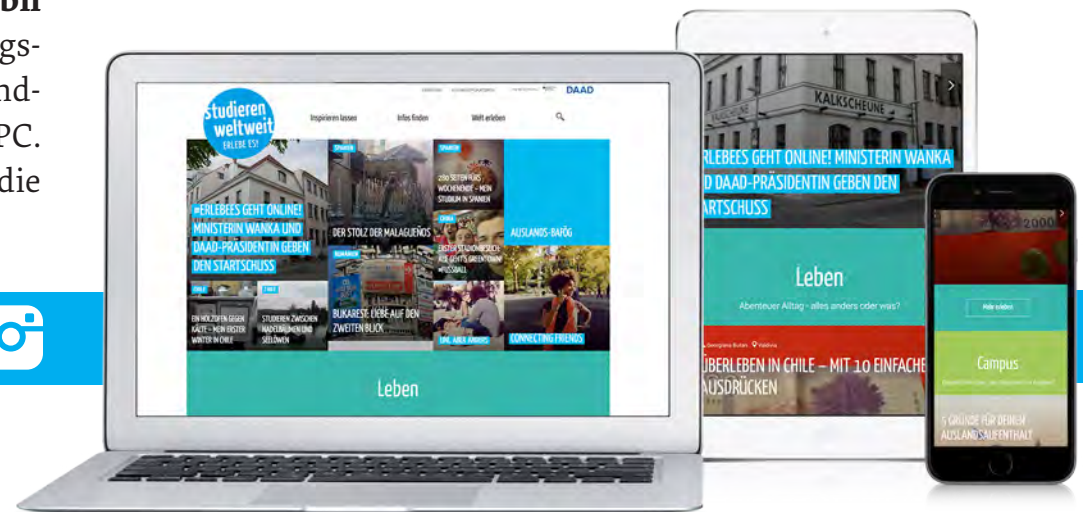


## 3. MITERLEBEN



# MOBIL OPTIMIERT

Nah an der Zielgruppe bedeutet auch, die **Kampagne mobil** auszurichten. Dies ergibt sich aus dem alltäglichen Nutzungsverhalten der Zielgruppe: Mittlerweile besitzen mehr Jugendliche ein **Smartphone** und/oder ein Tablet als einen Desktop-PC. Daher sind sowohl sämtliche Social-Media-Kanäle als auch die Kampagnen-Website für die mobile Nutzung optimiert.



# DIE MOTIVE

Die Kampagnenmotive zeigen in **zeitgemäßer Ästhetik** Studierende im Ausland (zunächst in Paris, New York, Mexiko Stadt, Hongkong und St. Petersburg) und liefern authentische Bilder vom **Leben im Ausland**. Ob Markt- oder Straßenszene, die Studierenden werden von **Menschen vor Ort** in den faszinierenden Alltag im Ausland **hineingezogen**. Jenseits von stilisier-

ter Urlaubsromantik zeigen wir das echte Leben, entsprechend der gesamten Kommunikation der Kampagne. In den Headlines wird der Bezug zum jeweiligen beworbenen Studienfach hergestellt. Das Argument: Warum ein Fach theoretisch zuhause studieren, wie z. B. Sprachwissenschaft, wenn man vor Ort die Sprache in einem spannenden Umfeld kennenlernen kann.



## MEXIKO STADT



## HONGKONG



## ST. PETERSBURG



## NEW YORK



## PARIS



# BEGEISTERER BEGEISTERN

Neben der direkten Kommunikation mit der Zielgruppe über mediale Kanäle will die Kampagne noch stärker Kooperationsgruppen wie **Hochschulen, Lehrer** sowie **Studien- und Berufsberater** involvieren. In regelmäßig angebotenen Seminaren zum Thema „Auslandsaufenthalte während des Studiums“ vermittelt der DAAD **grundlegende Informationen** sowie **Methoden** und **praktische Tipps**, wie Schüler und junge Studierende für einen Auslandsaufenthalt gewonnen werden können. Auf Fachver-

anstaltungen werden **aktuelle Trends und Entwicklungen der Auslandsmobilität** mit Experten aus Hochschule, Wissenschaft und Wirtschaft diskutiert. Darüber hinaus berät der DAAD Schüler und Studierende auf Bildungsmessen zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten.

# DIE KAMPAGNE UND DER DAAD

Seit über **90 Jahren** fördert der DAAD Auslandsaufenthalte von Studierenden. Und das auf unterschiedlichste Weise: mit **Stipendien**, mit der Beratung und Vernetzung von Studierenden in Deutschland und im Ausland oder mit der Förderung und dem Aufbau internationaler Studiengänge. Die Kampagne wirbt somit nicht nur für den Auslandsaufenthalt, sie ist zugleich auch ein „Türöffner“, um das weitreichende Angebot des DAAD kennenzulernen.



Das DAAD-Referat „Informationen zum Studium im Ausland“