

BFI: Bildung. Freude inklusive.

Das Berufsförderungsinstitut (BFI) macht mit einer österreichweiten Imagekampagne Appetit auf Bildung.

Stärkung der Marke durch neue Positionierung

Mit der gemeinsamen Kampagne, die in der dritten Jännerwoche startet, wollen die BFI-Landesorganisationen und der Dachverband die Bekanntheit und Wiedererkennung der Marke BFI in ganz Österreich stärken. Eine klare Positionierung mit einem neuen Claim soll das Markenimage schärfen. Mit der Konzeption wurde die Werbeagentur Unique beauftragt, die die BFIs auch bei der Umsetzung unterstützt.

Bildung. Freude inklusive.



Kursprogramm im neuen Layout
Foto: BFI Österreich

Emotional und mit wenigen Worten wird die Botschaft der Marke in Szene gesetzt: Bildung. Freude inklusive. Neben dem Nutzen für das berufliche Fortkommen trägt der Besuch von Kursen und Ausbildungen wesentlich zur Persönlichkeitsentwicklung bei. Bildungsprozesse stärken das Selbstbewusstsein und können durchaus Freude bereiten. Durch die Entdeckung neuer Perspektiven und Interessen erweitert sich der Horizont und im Austausch mit der Lerngruppe entstehen neue Kontakte, Netzwerke und vielleicht sogar Freundschaften. Das gilt nicht nur für Hobbykurse, sondern auch für berufsbezogene Lehrgänge. Aber nicht wenige Erwachsene assoziieren Lernen noch aus ihrer Schulzeit mit Zwang, Langeweile und Prüfungsangst. Oder man denkt bei Weiterbildung ausschließlich an den unmittelbaren Nutzen für den nächsten Karrieresprung. „Wir wollen den ganzheitlichen

Aspekt des Weiterbildungsprozesses ins Bewusstsein rufen und Lernen positiv aufladen“, erklärt Michael Sturm, Geschäftsführer des BFI Österreich, die Beweggründe für den neuen Slogan. Bildung ist eine Bereicherung und schließt Freude mit ein.

Die Kampagne

Die österreichweite Kampagne beginnt mit einem TV-Spot, der um den Semesterbeginn vier Wochen laufen wird. Der Film ist ab 21. Jänner im Fernsehen und ab 25. Jänner auch in zahlreichen Wiener Kinos zu sehen. Parallel dazu gibt es Online-Schaltungen. Auch die Websites der BFIs werden schrittweise an das neue Erscheinungsbild angepasst.

Ein gemeinsamer Marktauftritt

In das gemeinsame Projekt flossen die Ressourcen und Kompetenzen aller BFI-Organisationen ein. Die Berufsförderungsinstitute in den Bundesländern sind eigenständige Unternehmen und sehen in der regionalen Ausrichtung auch eine wesentliche Stärke des BFI. Durch die dezentrale Struktur und die gute lokale Verankerung können die BFIs gezielt und flexibel auf den



Template für Plakate und Anzeigen
Gestaltung: Unique

Bedarf der regionalen Arbeitsmärkte und die Interessen ihrer KundInnen eingehen. Mit über 160 Standorten punktet das BFI außerdem durch gute Erreichbarkeit. Die regionale Ausrichtung bezieht sich nicht nur auf das Angebot, sondern auch auf die Gestaltung der Erscheinungsbilder, was sich allerdings nachteilig auf die Wahrnehmung der Dachmarke BFI auswirkt. Das Corporate Design war bisher nur in Teilbereichen abgestimmt. Hier soll schrittweise harmonisiert werden. „Dabei geht es nicht darum, die Landesorganisationen gleichzuschalten, sondern darum, Synergien zu nutzen“, so Sturm. Neben der Kampagne wird nun am Erscheinungsbild der Drucksorten und Werbemittel der Berufsförderungsinstitute gearbeitet.

Schritt für Schritt zum Corporate Design

Begonnen wurde mit den Kursprogrammen, die ab jetzt mit einem einheitlichen Cover erscheinen. Auch etliche Folder, Broschüren, Tragtaschen und Mappen im neuen Look sind schon in Umlauf. Das BFI Wien gestaltete seinen Messeauftritt auf der letzten Personal Austria bereits komplett im neuen Design. Der Prozess wird noch einige Zeit in Anspruch nehmen, aber ein guter Anfang ist gemacht. BFI-Bundesgeschäftsführer Sturm lobt die produktive Zusammenarbeit mit den Landesorganisationen: „Ohne die Unterstützung und Kompromissbereitschaft der Landesgeschäftsführungen wäre das gemeinsame Projekt nicht zustande gekommen. Besonders zu würdigen sind das Engagement und die Kompetenz der Kolleginnen und Kollegen in den PR-, Marketing- und Grafikabteilungen der BFIs, die sich gut vernetzt haben und mit Hochdruck an der Umsetzung arbeiten.“



Neue BFI-Programme und -Folder
Foto: BFI Österreich

Links

[BFI-Website](#)

[Der BFI-Film zum Abspielen](#)

BFI Österreich/Moser, 21.01.2013