

## Portfolio

### Wer kennt die Medien, nennt die Namen?

Als erster Schulwerber Österreichs hat Young Enterprises 1996 das Schulplakat vermarktet, schon ein Jahr später kam das Uni-plakat hinzu.

**medianet:** *Wie entwickeln sich die Zahlen bei YEM?*

**Siegl:** Mit der Geschäftsentwicklung sind wir durchaus zufrieden.

Viele allgemeine Entwicklungen spielen in unsere Strategie:

Personalthemen wie Employer Branding, Praktika, Trainee-programme oder Lehrlingsausbildung haben in den letzten Jahren stark zugelegt oder auch Gegentrends wie Handyverbote an Schulen.

Summa summarum ist aber unser Zugang, das ganze Spektrum von Ambient anzubieten, der Grund für unseren Erfolg.

**medianet:** *Wie bearbeiten Sie das Riesenthema ‚Ausbildung‘?*

**Siegl:** Hier gibt es inzwischen sehr viele Möglichkeiten für junge bzw. für alle Menschen. Das System ist enorm durchlässig geworden und man kann viel leichter zwischen Berufsausbildung, Studium und Beruf wechseln.

Wir bearbeiten viele Karriere- und Berufsberatungsthemen, für einzelne Unternehmen ebenso wie auch oft für eine ganze Branche. Wir klären auf, machen Touren durch die Schulen, etc.

**medianet:** *Das ist wohl eine Spezialität von YEM?*

**Siegl:** Wir haben auch sehr viele öffentliche Auftraggeber mit Informations- und Aufklärungsanliegen wie z.B. Nichtraucher-kampagnen oder Gesundheitsthemen. Es geht auch stark in den Bereich Corporate Social Responsibility (CSR), z.B. ‚mehr Mädchen in die Technik bzw. in MINT-Berufe‘.

In diesen Sektoren sind wir dank unserer langjährigen Erfahrung der Ansprechpartner Nummer Eins und eigentlich der einzig richtige Spezialist.

**medianet:** *Vor zwei Jahrzehnten waren das alles noch keine Themen – oder?*

### Leitmotiv

Dann folgten u.a. Jugendmagazine (1998), Free- & Schoolcards (2001), Schulhefte (2004), Familienplattform Sunny.at (2008), Gründung des VAMÖ (später VAMP) mit Branchenkollegen aus dem Ambient Media-Bereich, Screens an Unis, Bäderwerbung (2009), Lehrlingsportal (2013), Babydays (2016), Glückstüte (2017).

”

*Wir werden immer universeller – von Babydays bis 50plus. Das ist ja eigentlich die größte Zielgruppe überhaupt!*

### Stefan Siegl

GF Young Enterprises Media

“

**Siegl:** So restriktiv möchte ich das nicht ausdrücken, aber es hat schon alles zugenommen.

Jedenfalls gab es damals noch keine Lehrlingsinitiativen, wie sie seit fünf, sechs Jahren existieren. Heute gehen wir auch stärker in die Neuen Mittelschulen, also dorthin, von wo der typische Berufsschüler herkommt.

Hier haben wir ein eigenes Plakatnetz aufgebaut und damit die Beziehung zu den Schulen gestärkt. Genau das ist es ja, was wir immer anbieten können – weil wir die Standorte so gut kennen und weil wir dort nicht ‚nur‘ Werbemittel platzieren, sondern auch von den Kunden gewünschte Interaktionen auslösen – übrigens meist cross-medial, d.h. etwa mit Plakaten, Cards, Screens und Promotions.

**medianet:** *Man kann bei Ihnen also maßgeschneiderte Kampagnen einkaufen – und Sie ver-*

*fügen über eigene Medien, die man als reichenweitenstarke Basis dazu buchen kann..*

**Siegl:** Wir unterscheiden zwischen Netzwerkmedien, bei denen Plakate, Screens oder Display-Möglichkeiten an den hochfrequentiertesten Positionen platziert sind.



© Wolfgang Stöttinger

Wir haben aber auch umfassende individuelle Möglichkeiten dank unserer sehr guten Kenntnis von 6.000 Schulen, 100 Unis/FHs, 100 Bädern, 200 Fitnesscentern, 800 Lokalen etc.

**medianet:** *Wie sieht es bei den Online-Angeboten aus?*

**Siegl:** Wir betreiben große Webseiten wie etwa das Lehrlingsportal in der Lehrstellenvermittlung, da kann man auch selber Stellen ausschreiben oder das Umfeld nutzen, wenn Jugendliche z.B. ihr erstes Konto benötigen oder sich für das Thema Wohnen interessieren.

**medianet:** *Können Sie weitere Spezialmedien nutzen?*

**Siegl:** Wir bieten auch den größten Lehrer-Newsletter für die Pädagogen-Community mit mehr als 40.000 Lehrern in Österreich – weiters mit POI eines der größten (Medien-Display-)

Netzwerke; es gibt dafür fast 400 Standorte, da erreicht man mehr als 70 Prozent aller Höheren Schulen in Österreich. Für Eltern mit Kindern im Babyalter gibt es die Babydays im Bogipark. Beim hundertsten Jubiläum im September erwarten wir die 20.000ste Mama bzw. Papa.

Zudem bieten wir mit der Glückstüte das erste Medium, mit dem man die Zielgruppe 50plus erreichen kann.

**medianet:** *Wie organisieren Sie z.B. die doch sehr umfangreichen Logistikprozesse?*

**Siegl:** Wir verfügen über ein eigenes Logistik-Center ‚unter‘ der alten WU in der Althanstraße.

Für das Donauinselfest haben wir für einen Getränkehersteller 36 Paletten mit rund 80.000 eisgekühlten Dosen gemanagt.

Kunden kombinieren gern unsere Netzwerkmedien mit faktisch-haptischen Maßnahmen, die man angreifen kann. Hier sind wir der einzige Medienanbieter, der Promotoren wirklich selbst sucht, führt und anstellt.

**medianet:** *YEM ist eine echte Below-the-Line-Organisation ...*

**Siegl:** Das muss man heutzutage sein, das ist wirklich entscheidend. Von außen denkt man sich, okay, ich stelle jemanden davor, aber was heißt ‚davor‘ überhaupt? Stehst du auf öffentlichem Gelände, kommt sofort die Frage ‚Darf man das eigentlich?‘

Jeder Zentimeter gehört jemandem, man muss Verträge abschließen und absolut professionell agieren. Hier braucht es (unsere) Erfahrung ...

**medianet:** *Wie groß ist YEM 2018?*

**Siegl:** Wir haben 20 fixe Mitarbeiter exklusive Promotoren.

Die breite Aufstellung im Ambient-Bereich ist einzigartig und unser absolutes Commitment zur Qualität für unsere Kunden sichert unser Wachstum.