

# Salem

## CASE STUDY

Schule Schloss Salem

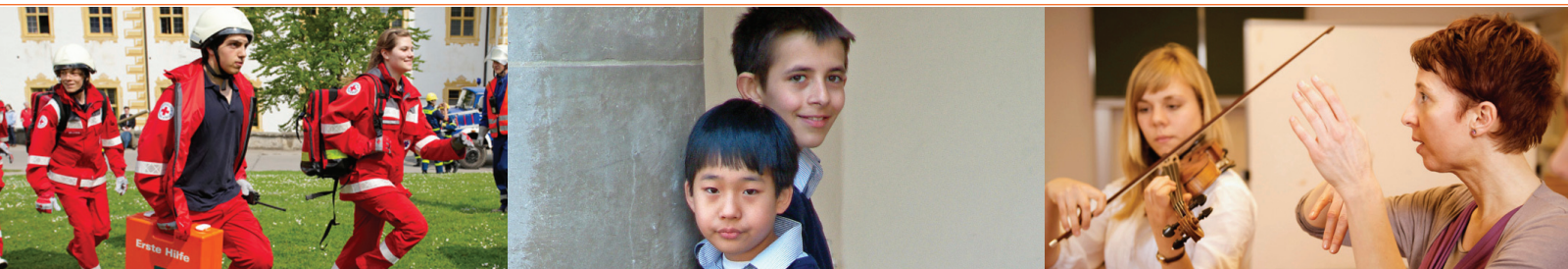
Positionierung und zielgerichtete Vermarktung des Internats Schule Schloss Salem über das Netzwerk von Bildungsweb



Dieses Dokument wurde von der Bildungsweb Media GmbH entwickelt. Stand Juli 2012

## Agenda

1. Vorstellung Schule Schloss Salem
2. Ausgangslage
3. Ziele
4. Maßnahmen
5. Fazit
6. Über Bildungsweb



## 1. Vorstellung der Schule Schloss Salem

Die Schule Schloss Salem ist eine Internatsschule mit staatlich anerkanntem Gymnasium des Landes Baden-Württemberg. Die drei Stufenschulen liegen am Bodensee und beherbergen ca. 700 Schüler und Schülerinnen aus über 30 Nationen. Salem bietet neben dem baden-württembergischen Abitur die Möglichkeit, das weltweit anerkannte IB-Diploma zu erwerben. Die Schule wurde 1920 von Kurt Hahn unter dem Motto „*Plus est en vous*“ gegründet und dementsprechend legt die Schule viel Wert auf eine aktive Teilhabe am Gemeinschaftsleben, sportliche und künstlerische Aktivitäten sowie einen hohen akademischen Anspruch.



## 2. Ausgangslage

Die Schule Schloss Salem stellt als Bildungsanbieter höchste Ansprüche an sich und verfolgt ein umfassendes, ganzheitliches Lern- und Erziehungskonzept. Diese klare Positionierung der Schule gilt es auch im Internet herauszubilden und zu stärken. Der Markt bietet verschiedene Portale und Websites, auf welchen Informationen über Internate präsentiert werden können. Oft ist der Pflegeaufwand auf Grund dieser Vielzahl jedoch sehr hoch oder die Internate haben erst gar keine Möglichkeit, diese Daten zu kontrollieren und auf einem aktuellen Stand zu halten. Es besteht zudem die Gefahr, schnell den Überblick über die im Internet veröffentlichten Daten zu verlieren.

Trotz der eigenen informativen Website, ist es für Internate wie Salem wichtig, auch auf Vergleichsportalen wie z.B. Internat-Vergleich.de gefunden zu werden. Die Darstellungsmöglichkeiten im Internet sind jedoch oft limitiert und beschränken sich auf einfache Einträge mit wenigen Informationen. Dies macht es schwierig, konkrete Alleinstellungsmerkmale klar zu präsentieren und sich dadurch vom Wettbewerb zu differenzieren.

Hieraus lassen sich drei konkrete Problemfelder ableiten:

1. **Limitierte Präsentationsmöglichkeiten**
2. **Hoher Pflegeaufwand**
3. **Keine Datenkontrolle**



### 3. Ziele

Das Bildungsweb-Netzwerk bietet der Schule Schloss Salem durch seine drei Schulportale die Möglichkeit, sich mit geringem Zeitaufwand zugleich reichweitenstark und ausführlich mit hochwertigen Inhalten zu präsentieren. Folgende Ziele wurden für die Online Marketing-Kampagne definiert:

1. Professionelle Positionierung und Differenzierung vom Wettbewerb
2. Branding stärken und Aufmerksamkeit von Interessenten gewinnen
3. Reichweite bei minimalem Zeitaufwand maximieren

### 4. Maßnahmen

Um die Ziele für die Schule Schloss Salem bei Bildungsweb umzusetzen, wurde eine umfassende Marketing-Kampagne auf den Schulportalen entwickelt, die sich aus verschiedenen Komponenten zusammensetzt:

#### 4.1 Premium-Profil

Auf allen drei Portalen präsentiert sich die Schule Schloss Salem in Form von ausführlichen Premium-Profilen. Das Internat nutzt hier die Möglichkeiten und klare Struktur der Premium-Präsentation vollständig aus und stellt sich mit schönen, aussagekräftigen Bildern und sorgfältig ausgewählten und informativen Texten dar.

Die Profile enthalten individuelle Beschreibungen des Internats, wie z.B. das Portrait mit Leitbild, Schwerpunkten und der Geschichte, eine Beschreibung des Internatslebens inklusive Angebote und Freizeitmöglichkeiten, Räumlichkeiten, Lage und Umgebung und Informationen zum Unterrichtskonzept wie die Förderungsschwerpunkte, Unterrichtsfächer und Lehr- und Lernmethoden.



Die Präsentation wird abgerundet mit praktischen Informationen im Kurzprofil, einer Kartenansicht, Kontaktinformationen sowie einer Verlinkung auf die Website, das Facebook-Profil und den Twitter-Account des Internats. Durch die Premium-Darstellung erhält das Internat automatisch eine Top-Listung im Suchergebnis und wird dort hervorgehoben mit Logo und Kurzinformationen präsentiert. Damit das Internat noch besser unter bestimmten Suchbegriffen gefunden wird, wurden zahlreiche spezifische Schlagworte im Kundenbereich eingetragen, mit welchen das Suchergebnis optimiert wird. Salem nutzt zudem Bildungsweb's neuste Funktion und kündigt direkt im Profil aktuelle Veranstaltungen an wie z.B. den Tag der offenen Tür oder spezielle Informationsveranstaltungen.

### Internat-Vergleich.de

- 350 Internate (Deutschland, Österreich, Schweiz)
- 360.000 Besucher pro Jahr
- 60% Eltern, 40% Kinder/Jugendliche
- 61% weiblich, 39% männlich

### Bildung.de

- 250 Internate (Deutschland)
- 320.000 Besucher pro Jahr

### Privatschulen-Vergleich.de

- 1.200 Schulen (Deutschland)
- 370.000 Besucher pro Jahr
- 65% Eltern, 35% Kinder/Jugendliche
- 37% männlich, 63% weiblich

### 4.2 Anbieter des Monats

Die Schule Schloss Salem wird in den Hauptbewerbungsphasen in den Monaten Oktober, November, Februar und März auf den Portalen als Internat des Monats vorgestellt. Durch die auffällige Platzierung auf den Start- und auf Unterseiten im rechten Seitenbereich wird zusätzliche Aufmerksamkeit erzeugt und ein Branding-Effekt durch professionelle Hervorhebung bewirkt. Die Infobox enthält einen Kurztext, das Logo sowie anschauliche Bilder und die Besucher gelangen mit einem Klick auf das ausführliche Profil.



### 4.3 Werbebanner

Verschiedene Werbebanner geben nützliche und präzise Kurzinformationen zu Terminen wie Tag der offenen Tür oder zu den diversen Stipendien der Schule. Die Banner sollen die Aufmerksamkeit potentieller Interessenten auf sich ziehen und bewirken, dass diese sich im verlinkten Profil weiter über die Schule Schloss Salem informieren. Die Werbemittel werden auf den Start- und Unterseiten der Portale eingeblendet. Durch die Platzierung im direkten Sichtfeld der Besucher festigen sie die Aufmerksamkeit und unterstützen portalübergreifend den Branding-Effekt.

### 4.4 Kontakt zu Interessenten

Auf den Profilen finden Besucher genaue Kontaktangaben mit einem Ansprechpartner, sowie Telefonnummer und E-Mail Adresse zur direkten Kontaktaufnahme. Somit können interessierte Eltern umgehend Kontakt zu dem Internat aufnehmen und Salem kann direkt und persönlich auf die Anfragen von Interessenten reagieren. Genau dieser persönliche Austausch ist oftmals der entscheidende Faktor, um Interessenten von dem eigenen Angebot zu überzeugen. Zusätzlich sind die Website der Schule, das Facebook-Profil sowie der Twitter-Account der Schule Schloss Salem im Premium-Profil verlinkt.

### 4.5 Zentrale Pflege der Inhalte

Die Informationen zum Internat und über die Schule werden einmalig im Kundenbereich bei Bildungsweb.net angelegt und über eine API-Schnittstelle automatisch den Portalen zugeordnet. Dank der zentralen Datenverwaltung ist es nicht nötig, die Informationen zeitaufwendig für jedes Portal einzeln anzulegen. Änderungen können jederzeit vorgenommen werden, um das Profil zu aktualisieren und optimieren. Diese Anpassungen erfolgen in Echtzeit auf allen involvierten Portalen im gesamten Bildungsweb-Netzwerk und sind innerhalb von kurzer Zeit aktiv. Auf Grund dessen, reduziert sich der Zeitaufwand für die Aktualisierung und Pflege der Informationen zusätzlich.



## 5. Fazit

Das Netzwerk der Bildungsweb-Schulportale bietet der Schule Schloss Salem eine professionelle Plattform, um sich ausführlich darzustellen und klar zu positionieren. Über die starke Reichweite der Seiten erreicht Salem über 1 Million Besucher pro Jahr, die gezielt nach einem Internat suchen. Die Bildungsweb Premium-Profile ermöglichen dem Internat, seine Alleinstellungsmerkmale und den hohen Anspruch klar herauszustellen und sich mit einem auffälligen und aussagekräftigen Profil von Wettbewerbern abzuheben.

Besucher gelangen entweder über die Volltext- oder Detailsuche auf das Profil und das Internat wird zusätzlich über die Infobox als Internat des Monats sowie über die portalübergreifenden Bannereinblendungen in den Fokus gerückt. Somit ist die volle Aufmerksamkeit auf das Angebot der Schule Schloss Salem gewährleistet.

Über die zentrale Verwaltung der Portale spart das Internat zudem den Verwaltungsaufwand bei der Pflege der Inhalte, da die Daten bei jeder Änderung einmalig zentral erfasst werden und dann automatisch auf den Portalen erscheinen.

Das sagt die Schule Schloss Salem:

***„Das Netzwerk von Bildungsweb bietet uns eine gute Möglichkeit, die Schule Schloss Salem im Internet professionell zu präsentieren. Wir schätzen es, dass mit einem zentralen Kundenbereich die Bearbeitung von drei Portalen so problemlos möglich ist. Die zusätzlichen Werbemaßnahmen helfen uns zudem auch, zusätzlich auf Salem aufmerksam zu machen und uns den Besuchern der Portale im richtigen Licht zu präsentieren.“***

Dr. Hartmut Ferenschild – Öffentlichkeitsarbeit Schule Schloss Salem



## 6. Über Bildungsweb

Bildungsweb ist der Partner für Bildungsanbieter bei der Erstellung von maßgeschneiderten Werbe- und Präsentations-Kampagnen. Mit rund 50 Informations- und Vergleichsportalen in den Bereichen Studium, Schule, Internate, Weiterbildung und Sprachen ist Bildungsweb ein in seiner Form einzigartiges Online-Bildungsnetzwerk. Wir unterstützen und beraten unsere Partner im Bildungsbereich bei der Entwicklung der idealen Kampagne für die Vermarktung des Angebots und stellen durch kontinuierliche Optimierungsmaßnahmen den Erfolg der Maßnahmen sicher.

Die Portale im Schulbereich bieten sehr zielgruppenspezifische Präsentationsmöglichkeiten für Internate, Privatschulen und Schulen in Freier Trägerschaft, um Besucher auf ihr Angebot aufmerksam zu machen. Neben Bildung.de gibt es die Portale Internat-Vergleich.de und Privatschulen-Vergleich.de.

**Kontaktieren Sie uns gerne bei Fragen und für weitere Informationen.**

Bildungsweb Media GmbH  
Christiane Eitle  
Willy-Brandt-Straße 47  
20457 Hamburg  
[www.bildungsweb.net](http://www.bildungsweb.net)

[Christiane.Eitle@bildungsweb.net](mailto:Christiane.Eitle@bildungsweb.net)  
Tel: 040 609 400 682  
Fax: 040 6367 7430

