

Modellflug-Nachwuchs gewinnen

Werbekonzept



Hier ist ein praxistaugliches Werbekonzept, das speziell darauf ausgelegt ist, die digitalen Gewohnheiten von Jugendlichen zu nutzen und gleichzeitig die Eltern (die oft die Logistik und Finanzen übernehmen) anzusprechen.

Um Jugendliche heute zu erreichen, reicht das klassische Plakat am Vereinsheim nicht mehr aus. Erfolgreiche Werbung für Jugend-Events muss neu gedacht werden: digital dort, wo die Jugendlichen sind, und lokal dort, wo die Eltern und Schulen aktiv sind.

Phase 1: Die digitale Ansprache – Wo die Jugend ist

Jugendliche konsumieren Inhalte primär visuell und in kurzen Häppchen. Hier müssen die Faszination des Fliegens und das „Gaming-Gefühl“ transportiert werden.

1. Kurzvideos - YouTube Shorts, TikTok, Instagram Reels

Videos sind der Hebel Nummer eins. Statische Bilder werden heute oft weggewischt.

- **Der Content:** Kurze, actionreiche Clips (15–30 Sekunden). Zeigt FPV-Brillen-Perspektiven („Fliegen wie im Videospiel“), spektakuläre Zeitlupen von Starts oder witzige, schnelle Schnitte aus dem Vereinsleben (z. B. „Wenn die Schaumwaffel den Baum küsst – und 5 Minuten später wieder fliegt“).
- **Der Call to Action (CTA):** Am Ende jedes Videos eine klare Einladung: „Komm vorbei beim Schnuppertag am [Datum]! Eintritt frei, Steuern kostenlos.“

2. Micro-Targeting über Social-Media-Anzeigen

Mit sehr kleinem Budget (schon ab 20–50 € pro Event) lassen sich Werbeanzeigen regional extrem präzise ausspielen.

- **Zielgruppe Jugendliche:** Schalte Anzeigen auf Instagram und TikTok im Umkreis von 15–20 km um den Flugplatz. Interessen-Filter: Gaming, Drohnen, Technik, RC-Modellbau.
- **Zielgruppe Eltern:** Schalte Facebook- und Instagram-Anzeigen gezielt für Eltern im selben Radius (Alter 35–50). Text-Fokus hier: *„Suchen Sie ein sinnvolles, technisches Hobby für Ihr Kind an der frischen Luft? Kommen Sie zum Schnupperfliegen!“*

3. Die „Lebendige“ Vereinswebseite – Die digitale Visitenkarte

Eine verstaubte Homepage der absolute Werbe-Killer.

- **Landingpage fürs Event:** Erstelle eine saubere, mobile-optimierte Unterseite für die Veranstaltung. Keine verschachtelten Menüs!
- **Die wichtigsten Infos auf einen Blick:** Wann? Wo? Was kostet es? (Wichtig: *„Kostet nix, du musst nichts mitbringen!“*). Ein Google-Maps-Link für die Anfahrt und ein moderner Anmelde-Button (z. B. via einfachem Online-Formular statt ausdruckbarem PDF).

Phase 2: Die lokale Kooperation – Wo Eltern & Schulen sind

Erfolgreiche Jugendarbeit nutzt die bestehenden Strukturen der Region, um Vertrauen aufzubauen.

1. Kooperation mit Schulen & Jugendzentren

Schulen suchen ständig nach spannenden Angeboten für Projekttag oder Arbeitsgemeinschaften (AGs).

- **Der „Simulator-Koffer“:** Besucht Schulen mit zwei Laptops, Simulatoren und USB-Fernsteuerungen. Lasst die Schüler in den Pausen oder im Physikunterricht (Thema: Aerodynamik) probefliegen und verteilt direkt am Ende Flyer für das reale Event am Wochenende auf dem Flugplatz.
- **Aushänge im Jugendzentrum:** Platziert Flyer in lokalen Jugendtreffs, Bibliotheken oder Freizeiteinrichtungen.

2. „Bring-a-Friend“-Aktionen im Verein

Die eigenen Vereinsmitglieder (auch die älteren) sind hervorragende Multiplikatoren.

- **Enkel- & Freundestag:** Motiviert die bestehende Jugend oder die erwachsenen Mitglieder, ihre Kinder, Enkel, Nachbarskinder oder Schulfreunde gezielt zu einem speziellen „Freunde-Fliegen“ mitzubringen. Wer jemanden mitbringt, bekommt eine extra Bratwurst oder einen kleinen Akku-Gutschein.

Phase 3: Das Event-Erlebnis vor Ort – Die „Conversion“

Die Werbung war erfolgreich, die Bude ist voll. Jetzt muss das Event halten, was die Werbung versprochen hat.

- **Keine langen Reden, sofort an die Knüppel:** Jugendliche wollen nicht zwei Stunden Vorträge über Vereinsrecht hören. Nach einer kurzen Sicherheitsunterweisung müssen sie per Lehrer-Schüler-System oder am Simulator sofort selbst steuern dürfen.
- **Das „Zertifikat“ zum Mitnehmen:** Druckt einfache, cool gestaltete Urkunden aus (z. B. „Erfolgreicher Erstflug auf dem Schnuppertag 2026“). Das ist etwas Handfestes, das stolz den Eltern gezeigt oder stolz auf Instagram gepostet wird.
- **Direkt den Sack zumachen:** Richtet einen Infostand ein, an dem interessierte Jugendliche (und Eltern) sofort erfahren, wie es weitergeht (z. B. „Nächster Jugend-Bautag am kommenden Samstag, komm einfach vorbei“), um den Schwung direkt mitzunehmen.

Tipp für die Umsetzung: Teilt die Aufgaben im Verein auf. Die „jüngeren“ Mitglieder oder technikaffinen Erwachsenen übernehmen die Social-Media-Videos und Anzeigen, während die erfahrenen Modellbauer die Schulkooperationen und das Lehrer-Schüler-Fliegen vor Ort leiten.

Juli 2026

Der Sternfahrer

<https://der.sternfahrer.com>