

Total Branding der besonderen Art

Das Hamburger Kaufhaus STILBRUCH nutzt das Maximum an Möglichkeiten in der Verkehrsmittelwerbung und -wirbt dabei auch für den ÖPNV.

Entspannt Bus fahren und lesen: Das ist die Botschaft, die bei der aktuellen Kooperationskampagne der Hamburger Verkehrsbetriebe VHH PVG mit STILBRUCH – dem „Kaufhaus für Modernes von gestern“ – kommuniziert wird. Geworben wird dabei zum Einen für die Nutzung des ÖPNV, die die Fahrgäste ganz entspannt ans Ziel führt, zum Anderen für das Ge-

brauchtwarenkaufhaus der Stadtreinigung Hamburg. Das Außenwerbungsunternehmen Verkehrswerbung Lloyd Schiffmann hat diese besondere Kampagne für ihre Partner realisiert, wobei sie umfassend auf die große Bandbreite an Formaten der Verkehrsmittelwerbung zurückgreifen konnte und ein Total Branding der besonderen Art realisieren durfte.

Entspannungsfaktor bei der Nutzung des ÖPNV

Neben einer auffälligen Außengestaltung wurde den Bussen im Innenbereich ein Ambiente verliehen, das an ein gemütliches Wohnzimmer erinnert. Hierfür wurden unter anderem Sitze im Polsterdesign verwendet (Seat Ads), die Dachschrägen mit Folie im Tapetenlook mit Bilderrahmen be-

klebt (Deckenflächenplakate) sowie Teppich und -Fußabtreter auf dem Boden verklebt (Floor Grafics). Ein Highlight mit echtem Mehrwert für die Fahrgäste sind die insgesamt 100 Bücherregale, die in den Bussen installiert wurden. In den nächsten drei Jahren werden diese regelmäßig mit Büchern aufgefüllt. Die Fahrgäste können die kostenlosen Leih-Bücher

im Bus lesen, sie bei Gefallen mit nach Hause nehmen oder den Bus als Tauschbörse für das eigene ausgelesene Buch nutzen.

Zum Kampagnenstart am 13. April 2010 wurden zudem Swing Cards platziert, auf denen in Kooperation mit Le Crobag Gutscheine für Kaffee verteilt wurden. In den Bussen sorgten an diesem Tag eigens dafür engagierte Schauspieler für das persönliche Wohl der Fahrgäste und verteilten Zeitschriften und Give Aways. Der Entspannungsfaktor bei der Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs konnte hierdurch aufmerksamkeitsstark unterstrichen werden.

Am 20. Juni 2010 wurde ein Bus ein weiteres Mal – anlässlich des autofreien Sonntags in Hamburg – in Szene gesetzt. Geparkt mitten auf dem Jungfernstieg und umgeben von Polstersitzmöbeln von STILBRUCH, bot er Fahrgästen und Passanten Gelegenheit zum gemütlichen Pausieren.

Die Resonanz auf die Kampagne ist entsprechend groß, das Angebot, Bücher zu leihen wird rege von den Fahrgästen angenommen, die Nachbar-

stückung läuft auf Hochtouren. Die Medienresonanz war enorm. „Bislang haben nur sehr wenige Werbetreibende auf die umfassenden Möglichkeiten des Total Branding zurückgegriffen“, so Vivian Schiffmann, Geschäftsführerin der Verkehrswerbung Lloyd Schiffmann. „Möglicherweise scheuen viele Agenturen den Aufwand. Wie diese gelungene, aufmerksamkeitsstarke Umsetzung zeigt, lohnt sich dieser aber! Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt – kommen die richtigen Partner zusammen, können tolle Ergebnisse realisiert werden.“

Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt

Der Kreativpart stammt aus dem Hause Madaus, Licht + Vernier Werbeagentur GmbH Hamburg, mit denen Verkehrswerbung Lloyd Schiffmann und VHH PVG bereits Ende letzten Jahres die Sonderumsetzung „visit norway“ realisiert hat. Dabei wurden Skiträger mit echten Skiern auf den Heckflächen von ÖPNV-Bussen montiert um so für Norwegen als nahegelegenes Reiseziel zu werben.



Die Verkehrswerbung Lloyd Schiffmann GmbH & Co. KG gehört zu den führenden Vermarktern für Verkehrsmittelwerbung in Deutschland. Als inhabergeführtes Unternehmen vermarktet sie rund 3.500 Busse und Bahnen im ÖPNV für Werbung im öffentlichen Raum. Zusammen mit ihren Partnern macht sie sich für die Realisierung von individuellen, kunden- und serviceorientierten Leistungen stark.

Pla.



Fahrende Bücherstube: 100 Regale voller Bücher in den Bussen des ÖPNV bieten echten Mehrwert für die Fahrgäste (links): Sie können während der Fahrt lesen, die Bücher aber auch mit nach Hause nehmen oder den Bus als Tauschbörse für das eigene ausgelesene Buch nutzen.

Der Name ist Programm: Das Hamburger Kaufhaus STILBRUCH machte aus einem normalen Omnibus ein mobiles Wohnzimmer (rechts).