

Einladung zum Spielen

Klubhaus macht mit ungewöhnlicher Aktion auf sich aufmerksam.

Junge Agenturen haben es oft schwer, auf Unternehmensseite Gehör zu finden. Torsten Fremer und Sebastian Küppers probieren es auf ihre ganz spezielle Art: Schon vor dem offiziellen Start ihrer Kölner Agentur Klubhaus am 1. Juni schicken sie 500 Mailings an ausgewählte Marketingentscheider. Darin enthalten: Postkarten, auf denen drei Wappen für das Klubhaus abgebildet sind. Entwickelt wurden diese von drei verschiedenen Designern. Die Adressaten werden eingeladen, bis zum 30. Mai online ihr Lieblingswappen zu wählen. Der Designer des Gewinner-Wappens wird anschließend das Corporate Design der Agentur umsetzen. Unter allen, die mitmachen, werden elf Trikots im neuen Klubhaus-Design verlost.

Fremer und Küppers verstehen ihre Aktion als spielerische Einladung, an der Gestaltung und Entwicklung der Agenturmarke mitzuwirken. Sie spiegelt das Motto des Klubhauses wider: „Freunde sollt ihr sein“. „Anstel-

le passiver Berieselung setzt das Klubhaus auf aktives Miteinander. Der Dialog zwischen Verbraucher und Unternehmen steht im Mittelpunkt“, sagt Fremer. Der 40-Jährige arbeitet unter anderem bei Red Cell und Sponsor Partners und zuletzt frei unter dem Namen culturepartners. Küppers, 31, war bei b+d und Revo.

Durch die gemeinsame Arbeit für Schwarzkopf & Henkel haben sich die beiden schätzen gelernt. Nun erfüllen sie sich den „Traum von der Selbstständigkeit“, so Fremer.

Ihr Klubhaus verstehen sie als Fullservice-Agentur mit dem Schwerpunkt Live-Kommunikation, Event-Promotion, Verkaufsförderung, Text und Design und Conversational Marketing. Der Agenturname soll dabei Assoziationen zu Sport, Teamgeist, Freizeit etc. auslösen – „positive Gefühle, die man auch mit Marken verbinden soll“.

Mit seinem Ansatz hat das Duo den ersten Kunden schon überzeugt: Sport 2000 beauftragte die Kölner mit einer Galaveranstaltung zum 30-jährigen Jubiläum und VKF-Maßnahmen. kr



Mitgliederversammlung
Drei Designer interpretieren die Philosophie des Klubhaus auf unterschiedliche Weise.

SPOTBOX

SPOT DER WOCHE



Vybemobile

„Schööön ist es, auf der Welt zu sein“ – In einem witzigen Spot lässt die Berliner Agentur Plantage den Rapper Snoop Dogg alte deutsche Schlager trällern. Die E-Plus-Marke „Vybemobile“ verspricht: Mit ihrem Angebot sei „Schluss mit Langeweile“.

DIESE WOCHE AUF SPOTBOX



Snickers

Alle Mann ran: BBDO Düsseldorf geht anlässlich der Fußball-EM für Snickers in die Vollen.



Nokia

Wieden + Kennedy London lässt in ihrem ersten Nokia-Spot die Handys singen (Adaption: JWT Frankfurt).



Fanta

Ogilvy Brasilien setzt beim neuen Fanta-Auftritt auf Animation und Zeichentrick (dt. Adaption: MECH).

Fremdsprachen- und Lektoratsservice aus einer Hand

Niemand erwartet von Ihnen perfektes Chinesisch. Außer 1,3 Milliarden Chinesen.

Der Übersetzungs- und Korrekturservice – in mehr als 50 Fremdsprachen. Tel. 0 41 02/2 35-0, info@wienersundwieners.de, www.wienersundwieners.de

WIENERS+WIENERS

Übersetzen · Adaptieren · Korrigieren