

---

**Auszug aus unseren Referenzen:  
Bahnhofpromotions**



# Bahnhofspromotion – Die Langobarden

**Kunde:** Ströer DERG / Das Rheinische Landesmuseum

**Aktionszeitraum:** 26.08.2008 – 01.10.2008

## Ziele:

- Vornehmlich Kinder und Jugendliche auf die Ausstellung aufmerksam machen
- Das Interesse der Zielgruppe an der Kultur wecken
- Durch eine Bastelecke und junge Promoterinnen direkt die Zielgruppe ansprechen
- Verbesserung der Kommunikation zwischen Museum und potentiellen Kunden

## Aufgaben:

- Einsatz- und Standortplanung für 17 Promotionsinsätze an 6 verschiedenen Bahnhöfen
- Casten und Briefen der Promoterinnen
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion
- Schnelle und zuverlässige Problembehandlung

## Umsetzung / Ergebnis:

- In der Zeit vom 26.08.2008 bis zum 01.10.2008 waren insgesamt 17 Promoterinnen an den verschiedenen Bahnhöfen im Einsatz
- Die Bastelecke war immer gut ausgelastet und die freundlichen Promoterinnen haben die zahlreichen Interessenten kompetent beraten
- In der Nachbereitung hat sich eine deutliche Steigerung der Besucherzahlen im Vergleich zu vorherigen Ausstellungen gezeigt



# Frankfurt-Hilft-Promotion

**Kunde:** Ströer DERG / Stadt Frankfurt

**Aktionszeitraum:** 23.09.2008 – 26.09.2008

## Ziele:

- Aufmerksam machen auf die Aktion „Frankfurt hilft“
- Junge Familien als Zielgruppe ansprechen
- Vorstellung verschiedener Hilfsorganisationen z.B. Johanniter, Deutsches Rotes Kreuz

## Aufgaben:

- Einsatz- und Standortplanung
- Casten und Briefen der Promoterinnen und Promoter
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion
- Schnelle und zuverlässige Problembehandlung
- Betreuung der Logistik

## Umsetzung / Ergebnis:

- An den 3 Einsatztagen wurden insgesamt 10 ausgesuchte Promotionteams eingesetzt
- An den insgesamt 8 Einsatzorten wurden 15.000 Flyer verteilt und so nachhaltig auf die Aktion aufmerksam gemacht



# International-Herald-Tribune-Promotion

**Kunde:** Ströer DERG / International Herald Tribune

**Aktionszeitraum:** 05.11.2008

## Ziele:

- Zielgruppe der Zeitung, z.B. Geschäftsreisende direkt ansprechen
- Die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf die Sonderausgabe der Zeitung lenken
- Durch Verteilung des Sonderdrucks zum Thema U.S. Wahlen das Interesse der Zielpersonen an kommender Ausgabe wecken

## Aufgaben:

- Einsatz- und Standortplanung der Gesamten Aktion
- Casten und Briefen der Promoterinnen
- Planung und Überwachung der Logistik
- Schnelle und zuverlässige Problembehandlung
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion

## Umsetzung / Ergebnis:

- Einsatz von 8, den Kundenwünschen entsprechenden, Promoterinnen an 3 Standorten
- Innerhalb der 5 Stunden Einsatzzeit wurden 5.000 Zeitungen direkt an die Zielgruppe herangebracht
- Am Folgetag wurde im Raum Frankfurt eine Absatzsteigerung von 30% festgestellt



# Frankfurter Neue Presse-Promotion

**Kunde:** Ströer DERG / Frankfurter Neue Presse

**Aktionszeitraum:** 10.11.2008

## Ziele:

- Durch Verteilen von Probeexemplaren Aufmerksamkeit wecken
- Erweiterung der Zielgruppe und Leserschaft

## Aufgaben:

- Einsatz- und Standortplanung
- Casten und Briefen der Promoterinnen und Promoter
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion
- Zuverlässige Begleitung der Logistik

## Umsetzung / Ergebnis:

- Es wurden 18 Promoter/innen und 6 Teamleiter/innen an 6 verschiedenen Aktionsorten eingesetzt
- In der Verteilzeit von 4 Stunden wurden 8.000 Exemplare der „Frankfurter Neue Presse“ mit Probelesekarten an die Zielgruppe verteilt



**Kunde:** Ströer DERG / Emotion - Das andere Frauenmagazin

**Aktionszeitraum:** Februar und März 2009

**Ziele:**

- Durch Verteilen von Probeexemplaren Aufmerksamkeit wecken
- Erweiterung der Zielgruppe und Leserschaft

**Aufgaben:**

- Einsatz- und Standortplanung
- Casten und Briefen der Promoterinnen und Promoter
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion
- Umsetzung der Logistik

**Umsetzung / Ergebnis:**

- Es wurden 14 Promoter/innen und 6 Teamleiter/innen an den Hauptbahnhöfen von 6 deutschen Großstädten eingesetzt
- Pro Bahnhof wurden an 1-3 Einsatztagen zwischen 2.500 und 4.000 Exemplare der Frauenzeitschrift „Emotion“ an die Zielgruppe verteilt



# Nivea Promotion

**Kunde:** Ströer DERG / Beiersdorf AG

**Aktionszeitraum:** Juli und August 2009

## Ziele:

- Verteilen von Nivea-Tüten und Nivea-Coupons
- Erweiterung der Zielgruppe
- Imagepflege und Absatzsteigerung

## Aufgaben:

- Einsatz- und Standortplanung
- Casten und Briefen der Promoterinnen und Promoter
- Gesamte Umsetzung / Überwachung der Promotion
- Umsetzung der Logistik

## Umsetzung / Ergebnis:

- Es wurden 5 Promoterinnen und 5 Teamleiterinnen an den Hauptbahnhöfen von 5 deutschen Großstädten eingesetzt
- An insgesamt 12 Einsatztagen wurden ca. 24.100 Nivea-Tüten und 72.500 Nivea-Coupons an die Zielgruppe verteilt



## Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

**lounge5 GmbH**

**Lübarser Straße 40-46**

**13435 Berlin**

**Tel. 030-84 85 12 00**

**Fax 030-84 85 12 50**

**[www.lounge5.com](http://www.lounge5.com)**

**[epost@lounge5.com](mailto:epost@lounge5.com)**

**Ihr Ansprechpartner: Marco Wiesemann**

Diese Ausarbeitung ist ausschließlich zur Erreichung des mit dem Auftraggeber vereinbarten Vertragszweckes bestimmt. Die Ausarbeitung bleibt Eigentum der lounge5 GmbH, die sich alle Rechte an ihren Leistungen vorbehält. Die Bearbeitung, Veröffentlichung, Vervielfältigung und jede andere Verwertung ist nur mit Einverständnis der Agentur zulässig. Die Ausführung aller in der Ausarbeitung enthaltenen Maßnahmen bleibt ausschließlich der Agentur vorbehalten.