

B U R E A U
DURNIO & WILKENING
HAHLER STR. 26
4950 M I N D E N

0571 - 8 57 87
- 8 57 88

Fax: 0571 - 8 56 42

WERBEKONZEPTION DER RENNEMEINSCHAFT BOHNHORST

Ziel

Ziel der in dieser Konzeption dargelegten Werbeaktivitäten ist es, das Stock-Car-Rennen und Auto-Cross der Renngemeinschaft Bohnhorst zu kommunizieren, das am 17. und 18. September 1988 in Bohnhorst stattfinden wird.

Das Rennen der Renngemeinschaft Bohnhorst ist durch seinen Charakter der Doppelveranstaltung ohne Frage als das Attraktivste und publikumswirksamste Rennen seiner Art in der Region zu bewerten.

Deshalb darf eine Konzeption der werblichen Aktivitäten sich nicht darauf beschränken, dem Stamm fester Zuschauer und Besucher den diesjährigen Renntermin mitzuteilen, sondern sollte gezielt neue Publikumsschichten ansprechen und für das Rennen der Renngemeinschaft Bohnhorst gewinnen.

Eine zielgruppengenaue Ansprache ist dazu ebenso notwendig wie das Splitting der werblichen Aktivitäten in verschiedene breitenwirksame Bereiche.

Vorgehensweise

Um das vorgenannte Ziel wachsender Zuschauerzahlen zu erreichen schlagen wir vor, das Rennen der Renngemeinschaft Bohnhorst als d a s Rennen schlechthin zu kommunizieren.

Denn potentielle Zuschauer besuchen kaum mehrere Stock-Car-Rennen oder Auto-Cross pro Jahr. Um so entscheidender ist es, das Rennen der Renngemeinschaft Bohnhorst von anderen Rennen abzuheben und als das attraktivste der Region darzustellen ("Diskriminierung der Wettbewerber").

Dies sollte nicht vordergründig selbstlobend in Form von Superlativen geschehen ("Das größte Rennen der Region!" o.ä.), sondern eher durch eine werbliche Gesamtatmosphäre, die den Zielgruppen emotionell vermittelt, daß das Bohnhorster Rennen dasjenige im breiten Angebot ist, dessen Besuch am meisten lohnt.

Notwendig ist dafür ein allumfassendes, zielgruppengenaues Motto, das gleichzeitig alle unterschiedlichen werblichen Aktivitäten unter einem inhaltlichen Dach harmonisch zusammenfügt und als Slogan fungiert.

Der Name des Rennens, des Veranstalters und der Termin an sich bieten darüberhinaus kaum Möglichkeiten für eine aufmerksamkeitsstarke, reizintensive und vor allem merkbare Werbelinie. (zu nüchtern, zu kühl).

Ein Slogan, der letztlich durch die werblichen Maßnahmen gleichgesetzt wird mit dem Rennen der Renngemeinschaft, bietet hier den Ausweg. Der Slogan wird erkannt, wiedererkannt, wahrgenommen und assoziativ mit dem Rennen verbunden.

Der Slogan

Anforderungen

Der Slogan sollte sein:

- * persönlich
- * emotionell
- * positiv
- * prägnant
- * kurz
- * individuell
- * aufmerksamkeitsstark
- * wirksam
- * merkbar
- *zielgruppengenau

Realisation

Wir empfehlen als allumfassenden Slogan für das kommende Rennen:

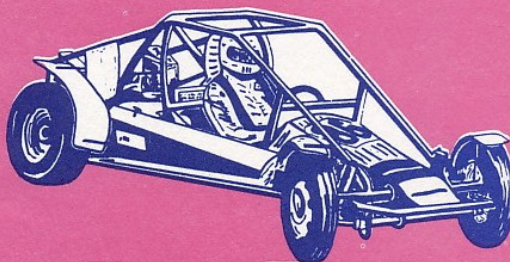
"I c h f a h r e h i n !",

da dieser Slogan nicht nur oben erstelltes Anforderungsprofil erfüllt, sondern darüberhinaus durch seinen gleichzeitigen Aufforderungs- bzw. Frage-Charakter ("Du eigentlich auch?") aktivierend und motivierend auf die Zielgruppe wirkt.

Diesen Slogan – Synonym für das Bohnhorster Rennen – breit zu kommunizieren ist Ziel aller weiteren Üb erlegungen zu werblichen Maßnahmen.

Um den Slogan "Ich fahre hin!" und damit das diesjährige Rennen der Renngemeinschaft Bohnhorst in weite Bevölkerungsschichten zu tragen, schlagen wir eine Reihe verschiedener Werbeträger vor, die in ihrer Kombination eine breitenwirksame Wahrnehmung und Resonanz bieten.

16. Stock-Car und Auto-Cross Rennen



Bohnhorst

**Endlauf zur Nordwestdeutschen
Stock-Car-Meisterschaft**

Ausstellung des Oldtimer-Club Nienburg e.V.

17. u. 18. 9.

Samstag, Start: 14 Uhr

Sonntag,
Start: 10 Uhr

Veranstalter
Renngemeinschaft
Bohnhorst e.V.

*Ich
fahre
hin!*