

Case Study

Kunde: **Stadtzentrum Schenefeld** | Bereich: **Einkaufszentrum**
Zielgruppe: **B2C** | Zeitraum: **2011 - 2018**

elb:feuer



NEUE INSPIRATION FÜR MEHR KUNDENFREQUENZ

**Neuer Markenauftritt, Website Contenterstellung
und Event-Kommunikation zur Gewinnung von
B2C-Zielgruppen.**



Zu Beginn der Zusammenarbeit zwischen Elbfeuer und dem Stadtzentrum Schenefeld stand das beliebte Einkaufszentrum vor den Toren Hamburgs vor der Herausforderung, seine Marke umfassend zu modernisieren. Angesichts der zum Teil direkt in der Umgebung angesiedelten Wettbewerber war es wichtig, einen unverwechselbaren Auftritt mit Strahlkraft und hohem Wiedererkennungswert zu schaffen. Der neue Markenauftritt sollte gleichermaßen bestehende Kunden binden und aktivieren wie auch zur Gewinnung neuer Kunden beitragen.

Neue Zielgruppen verlangten neue Kanäle und Ideen

Aus den Zielen wurden im ersten Schritt konkrete Aufgabengebiete abgeleitet. Dazu zählten 1. die Überprüfung des Kommunikationsauftritts (Modernisierung des Corporate Designs, Neuentwicklung des Claims, Entwicklung eines neuen Kampagnenlooks, Optimierung des Internetauftritts) und 2. die Neujustierung der Marketing- und Kommunikationsstrategie (Zielgruppen, Werbemittel, Integration und Test weiterer Medien und Kanäle (Out-of-Home, Facebook, Twitter und Co., E-Mail-Marketing) sowie die Budgetplanung.



Als Einkaufszentrum Wünsche erfüllen



Prägnanter Auftritt, flexibles Kampagnen-Baukastensystem

Unsere Arbeit für das Stadtzentrum Schenefeld begann mit Analysen des Wettbewerbes, der Zielkunden und des Vorteilsangebotes vor Ort. Darauf aufbauend wurde eine Markenpositionierung sowie Empfehlungen zur Anpassung der Marketing- und Kommunikationsstrategie entwickelt. Parallel dazu entstand ein moderneres, frischeres Corporate Design.

Für die Wortbildmarke wurde aus dem alten Logo die Anmutung eines Glasdaches, einem architektonischen Markenzeichen des Stadtzentrums Schenefeld, übernommen und in ein leichteres, zeitgemäßes Design überführt. Auch die Farbwelt wurde optimiert: Aus einer eher kühlen Kombination aus Gelb und Blau wurde die Verbindung eines sonnigen Gelborange mit einem warmen, sympathischen Rot.

Der Claim „Schön, dass Du da bist“ wurde außerdem zu einem wichtigen Element der Kommunikation. In einer persönlicher anmutenden Handschrift ergänzte dieser fortan das Logo auf allen Werbematerialien.

Kunde: Stadtzentrum Schenefeld



Hier shoppen Nordlichter – regionale Verbundenheit neu Inszeniert

Im Rahmen der langjährigen Zusammenarbeit mit dem Stadtzentrum Schenefeld wurde im Rahmen des 25-jährigen Jubiläums eine moderate Weiterentwicklung des Designs angegangen, um die Marke weiter zu verjüngen. Auch der Claim wurde in diesem Zuge noch einmal erneuert und betont die Verbundenheit mit der nördlichen Region: „Hier shoppen Nordlichter“.

Für die Kommunikationsmittel wurde ein Design entworfen, das mit prägnanten Titelbalken, emotionalen Bildern und frischen Farben auf einen Blick Kernaussagen zu Imagethemen ebenso prägnant transportieren kann wie auch die Inhalte diverser über das Jahr verteilter Aktions-Highlights.



Die Möwen-Maskottchen Frieda und Fiete geben in der Funkwerbung dem Stadtzentrum eine unverwechselbare Stimme.

Event-Kommunikation, die Neugierig macht

Über das ganze Jahr hinweg locken breit aufgestellte Kampagnen – von der Plakatwerbung und digitalen Infostelen im Center über Out-of-Home-Flächen und Anzeigen bis zu Online-Maßnahmen – Kunden in das Einkaufscenter vor den Toren Hamburgs. Aktionsbezogene Kampagnen werden dabei immer wieder durch Imagethemen ergänzt.

Auf der moderner gestalteten Website finden Informationen zu den Geschäften im Center ebenso Platz wie die Ankündigung diverser Aktionen und laufend aktualisierten Veranstaltungen, die Stammkunden ebenso wie neue Besucher anlocken. Per E-Mail-Newsletter werden regelmäßig Informationen zu Events oder Sonderaktionen verschickt, die parallel über Facebook angekündigt werden. Ergänzt werden die digitalen Maßnahmen über Online-Advertising, das im Laufe der Zusammenarbeit kontinuierlich weiterentwickelt wird.

Kunde: **Stadtzentrum Schenefeld**

Out-of-Home spielt eine wichtige Rolle im Media-Mix der Kommunikation. Im Einzugsgebiet des Stadtzentrum wird dafür an frequentierten Stellen Plakatwerbung geschaltet. Im Center sorgen digitale Info-Terminals (Digital Signage) für Orientierung und Aktivierung und erlauben Mietern Eigenwerbung zu platzieren.



Das umfangreiche Centermagazin erscheint mehrmals im Jahr. Den Geschäften im Stadtzentrums Schenefeld steht eine Mieter-Informationsbroschüre zur Verfügung, die alle Werbemöglichkeiten darstellt und darüber die Attraktivität des Centers als Standort verstärkt. Dies trägt zu einem für bestehende und neue Kunden interessanten Mietermix bei.

Das Jahr 2018 steht im Zeichen vieler spannender Events und Aktionen, die für neuen Besucherandrang im Stadtzentrum Schenefeld sorgen werden. Dafür wird Elbfeuer wieder aufmerksamkeitsstarke Kommunikationslösungen entwickeln.

Sie wollen mehr über uns oder unsere Kompetenzen wissen?

Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Ansprechpartner: **Martin Riesenfelder** | E-Mail: mr@elbfeuer.de | Tel.: **040-374831-49**

www.elbfeuer.de