

Fitness nach Mass

Arena225 bringt die Schönen und Reichen der Goldküste zum Schwitzen



Wenn es gilt, die Reichen kostengünstig zu bewerben, dann braucht's kreative Ideen! Und die hatte die Kommunikationsagentur Euro RSCG: Mit ihrer witzigen Aktion zur Gewinnung neuer Mitglieder für das Fitness- und Tanzstudio arena225 hat sie nicht nur hohen Response generiert, sondern in Cannes auch gleich einen der begehrten Löwen eingeheimst.

Schon bei der Aufgabenstellung war klar: Die begrenzte Zielgruppe – die Schönen und die Reichen der Zürcher Goldküste – galt es gezielt zu erreichen, denn das Budget war begrenzt. Mit der geplanten Aktion wollte das Fitness und Tanzstudio arena225 neue Mitglieder gewinnen. Als Anreiz sollte ein Gratis-Probetraining angeboten werden. Denn wer die arena225 erst einmal betritt, wird schnell von der besonderen Atmosphäre und vom breiten Fitness- und Tanzangebot überzeugt.

Aussergewöhnlich war schlichtweg alles an dieser Aktion: Die kreative Idee mit Zerrspiegeln und den gefälschten Messbändern beim Ein-/Ausgangsbereich des Parkhauses «Bellevue-Garage» und auch das Response-Element, welches das Messband gleich selbst war. Doch, wie kommt jemand dazu, für ein Fitnesscenter in einem Parkhaus zu werben? Ganz einfach. Die Zielpersonen haben eines gemeinsam: Sie alle

gehen im Restaurant Kronenhalle – dem berühmtesten Restaurant Zürichs – ein und aus. Und hierfür benutzt man und frau eben das exklusive Parkhaus «Bellevue-Garage».

Die beiden Zerrspiegel wurden zur Publikumsattraktion, und auch die nebenan aufgehängten Messbänder zur Feststellung des Körperumfangs und anderer relevanter Bodymasse verfehlten ihre Wirkung nicht: Durch die von Auge nicht erkennbare Reduktion der Masseinheit erscheint der/die Sich-Messende zu dick und muss deshalb unbedingt etwas für die Fitness tun. Und das tat die angepeilte Zielgruppe dann auch: 11,2% der 1000 verteilten Gutscheine wurden gegen ein Probetraining eingetauscht.

Kreativität verfehlt ihre Wirkung in der Werbung nicht – ob klassisch oder nicht-klassisch – davon ist Frank Bodin, CEO von Euro RSCG Switzerland, überzeugt: «Denn auch die kleinste Aufgabenstellung ist eine grosse Chance für Auftraggeber und Agentur.»



Absender	arena225 exercise & dance classes AG, Zürich
Ziel	Steigerung der Mitgliederzahl
Umsetzung	Zwei grosse Spiegel, die den Betrachter entweder dicker oder dünner erscheinen liessen, sowie Messbänder, deren Masseinheit reduziert wurde (1 cm ist auf dem arena225-Messband nur 8 mm breit). Die Messbänder waren zugleich Gutscheine für je ein Probetraining
Zielgruppe	Die Schönen und die Reichen der Zürcher Goldküste, die etwas für ihre Schönheit tun möchten
Auflage	1000 Messbänder
Ergebnis	11,2% der Messbänder wurden gegen ein Gratis-Probetraining eingetauscht
Agentur	Euro RSCG Switzerland, Zürich