

Bleibende Erinnerung statt Kater

STATE OF THE ART Für den Nachtclub Bolero in Winterthur hat Drosselbart Promotionsartikel eine originelle Kampagne entwickelt. An die Partygäste wurde ein sogenanntes «Hangover-Kit» mit verschiedenen Werbeartikeln verteilt. Die Kampagne wurde mit dem goldenen PromoFritz-Award ausgezeichnet.



VON SIMON WOLANIN

■ Wer kennt ihn nicht, den gefürchteten «Tag danach»? Für viele Partygänger wird der Tag nach der grossen Sause oft zum Spiessrutenlauf. Kater, Müdigkeit und andere ungewollte Folgeerscheinungen vom Vorabend machen Nachtschwärmern das Leben schwer. Doch nun hat die Drosselbart Promotionsartikel ei-

ne Lösung entwickelt. Mit dem sogenannten «Hangover-Kit» soll der Tag danach für die Partylöwen so angenehm wie möglich werden.

In der schwarzen Tasche mit Reissverschluss befinden sich verschiedene Utensilien, um den fiesen Kater zu bekämpfen. Ein Türhänger mit der Aufschrift «erst am späteren nachmittag wieder ansprechbar!» schottet die gequälten Partygänger von der lauten Aussenwelt ab. Eine Schlafmaske mit dem Aufdruck «ruhemodus» sorgt für die nötige Erholung. Gegen die abtunnende Fahne sind sechs Kaugummis griffbereit. Damit die romantische Stimmung am Tag danach nicht komplett verfliegt, gibt es für Liebeshungrige auch noch eine Lippenpomade mit der Aufschrift «zum küssen» und ein Kondom – frei nach dem Motto «sicher ist sicher».

Im Hangover-Kit finden die Partygäste verschiedene Werbeartikel, um den Kater am nächsten Morgen erträglicher zu machen.



Emotional und praktisch zugleich

Entwickelt wurde das Hangover-Kit im Hinblick auf die Party «touch me! i'm famous», welche jährlich im Bolero Club Winterthur stattfindet. Um dem Event für geladene Gäste einen exklusiven Touch zu verleihen, suchten die Betreiber des Clubs nach auffälligen Gadgets. «Jeder der Besucher soll den Event so



■ Gewinner PromoFritz «Kampagne des Jahres»

Jährlich verleiht Promoswiss, der Verband der Schweizerischen Werbeartikelindustrie, den Award PromoFritz für herausragende Werbeartikel. Dieses Jahr wurden am 5. Juni im Schweizerhof Luzern zum ersten Mal gleich drei Kampagnen ausgezeichnet. Neben dem Gold-Award für das Hangover-Kit von Drosselbart Promotionsartikel durften sich also zwei weitere Bewerber über einen PromoFritz freuen. Silber ging an die Firma E7 Promotion GmbH für die Trioфан-Kollektion. Trioфан ist ein lokal anzuwendendes Arzneimittel der

Firma Vifor SA. Um das Arzneimittel am POS zu promoten, wurden verschiedene Werbeartikel entwickelt. Das Ziel war dabei, eine Bindung zwischen dem Produkt und der Firma herzustellen und die Aufmerksamkeit des Käufers zu erregen. Dazu wurden Deko-Sterne, Touchscreen-Handschuhe, eine rosa Fleece-Decke und rosa Moonboots kreiert. Mit dem bronzenen PromoFritz wurde die Firma Cadolino by ComTeam für ihre Kampagne «Medgate» ausgezeichnet. Medgate ist führender Dienstleister für die integrierte ambulante Gesund-

heitsversorgung in der Schweiz. Im charakteristischen Blau der Firma hat Cadolino bei ComTeam verschiedene Werbeartikel für Medgate im Hinblick auf einen Messeauftritt umgesetzt.

