Zürich, 14. Januar 2011 Abschlussarbeit ADC/BSW-Kreativschule 2010/2011

SEGWAY - LIEBER LÄNGER UNTERWEGS.

Andrea Duttweiler, Text, Spinas Civil Voices Wanda Michel, AD, Spinas Civil Voices

DIE AUSGANGSLAGE

Der Segway wurde als ernsthaftes Verkehrsmittel konzipiert, welches die verkehrsverstopften Städte entlasten soll. Obschon der Segway seit Dezember 2001 auf dem Markt ist, hat er sich auf den Strassen bis heute nicht durchsetzen können.

DER AUFTRAG

Entwicklung einer nationalen Kampagne zur Einführung des Segways als Fahrzeug für den Privatgebrauch.

DER INSIGHT

Der Segway bietet dem/r Fahrer/in aufgrund seiner besonders innovativen Technologie und seiner einzigartigen, intuitiven Lenkweise ein absolut neues Fahrerlebnis.

DIE IDEE

Segwayfahren macht Spass. So viel Spass, dass man lieber länger unterwegs ist.

DIE UMSETZUNG

GUERILLAPLAKATE



GUERILLAPLAKATE

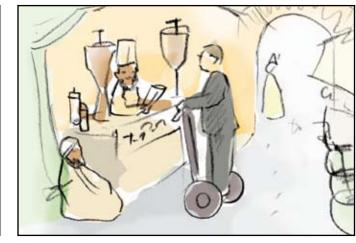




TV-SPOT «LUNCH»







Grossraumbüro. Es ist Mittagszeit. Man sieht einen jungen Geschäftsmann, Luca P., vom Arbeitsplatz aufstehen und einem Kollegen zurufen: «Ich geh schnell zum Türken. Soll ich dir was mitbringen?»

Luca P. steigt auf seinen Segway und fährt los. Im Hintergrund sieht man Landschaften vorbeiziehen. Türkische Musik ertönt.

Der Geschäftsmann befindet sich mitten in Istanbul.

Lieber länger unterwegs. **SEGWAY**

TV-SPOT «FRÜHSTÜCK»







Samstagmorgen. Ein junger Mann liest gemütlich die Zeitung. Seine Freundin, Leonie M., streckt den Kopf ins Wohnzimmer und ruft ihm zu: «Schatz, ich geh rasch frische Brötchen holen.»

Leonie steigt auf den Segway und fährt los. Im Hintergrund sieht man Landschaften vorbeiziehen. Französische Chansons ertönen, man erkennt den Eiffelturm. Leonie hält vor einer Boulangerie und kehrt mit frischen Baguettes unter dem Arm zurück.

Lieber länger unterwegs. SEGWAY

TV-SPOT «AKTIENKURSE»







Feierabend, Eine Mutter sitzt mit ihrem Kleinkind beim Nachtessen. Ihr Mann, Moritz W., steht auf und sagt zu ihr: «Liebling, ich geh noch schnell die Aktienkurse checken.» Moritz geht in Richtung Computer und verlässt den Raum.

Man sieht ihn auf dem Segway, im Hintergrund ziehen Landschaften vorbei. Laute Stimmen ertönen.

Moritz befindet sich mitten unter Aktienhändlern an der Wallstreet.

Lieber länger unterwegs. **SEGWAY**

INSERATE



INSERATE





SPEZIALPLAKAT Sujet WC



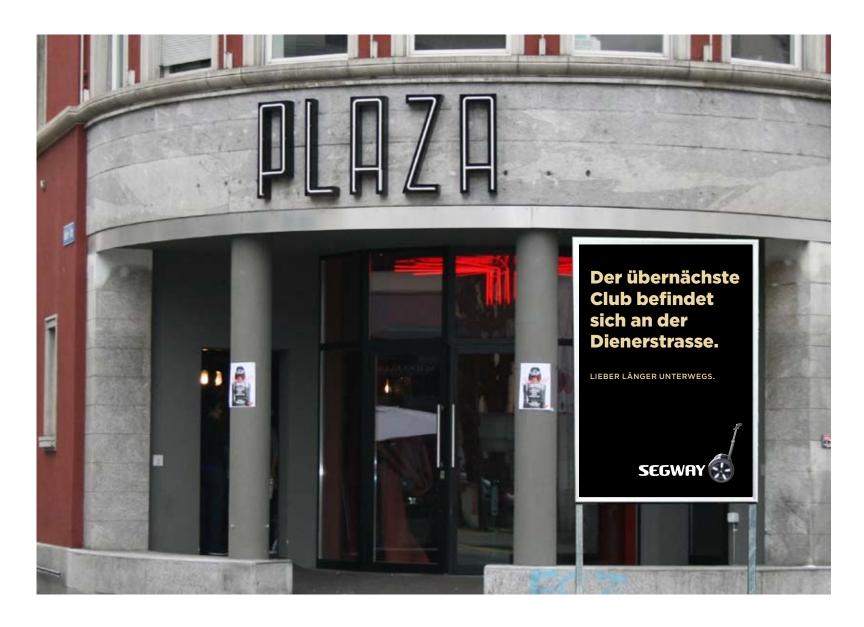
SPEZIALPLAKAT Sujet Altglas



SPEZIALPLAKAT Sujet Briefeinwurf



SPEZIALPLAKAT Sujet Club



SPEZIALPLAKAT Sujet Migros



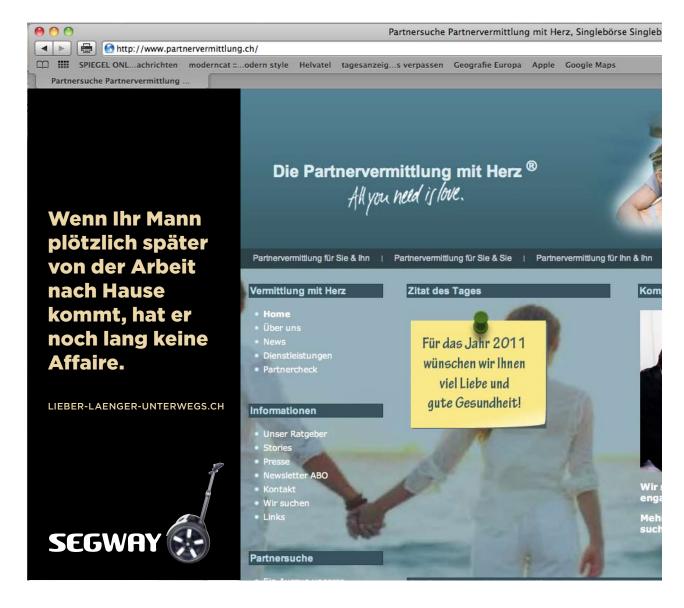
ONLINE-BANNER

Wenn sich der BusinessLunch deiner Freundin
plötzlich bis in den Nachmittag zieht, hat das noch
gar nichts zu bedeuten.

LIEBER-LAENGER-UNTERWEGS.CH

SEGWAY





SPEZIALBANNER auf www.mapsearch.ch etc.



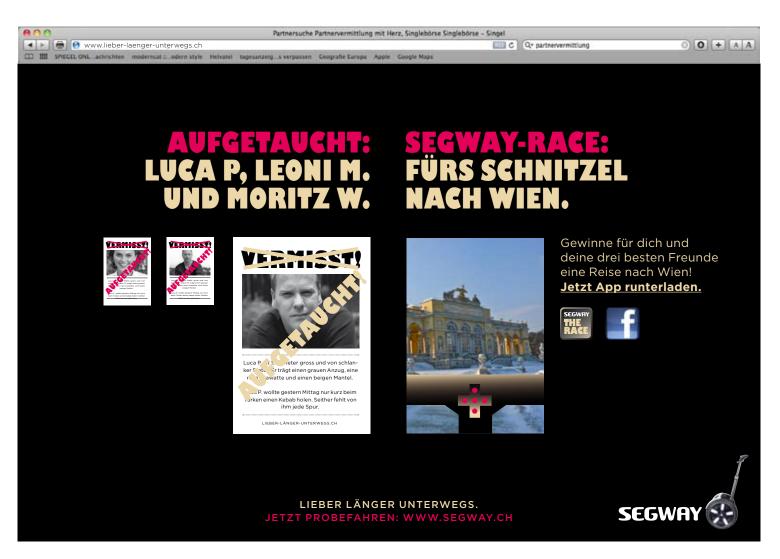
Auflösung der Teaser-Kampagne:

Die Vermisstenanzeigen der drei Personen werden gezeigt. Sie sind mit einer neuen Headline überschrieben, zum Beispiel: Moritz W. ist aufgetaucht!

Klickt der Besucher die Anzeige an, ändert sich das Bild und man sieht den Vermissten mit seinem Segway mitten an der Wallstreet den Kurs seiner Aktien kontrollieren. Denn: Mit dem Segway ist man lieber länger unterwegs.

iPhone-Application:

Game: Ein Segway-Rennen nach Wien, um dem Konsumenten den Spass am Segwayfahren erlebbar zu machen.



IPHONE-APPLICATION

Die App

Mit einem Game, einer Art Fahrsimulator, machen wir dem Konsumenten das Segwayfahren erlebbar und beweisen, dass Segwayfahren Spass macht. Dabei dient das iPhone als Steuerung, welche jener des Segways nachempfunden ist: Mit der Positionsänderung des iPhones wird der Segway auf dem Screen gelenkt.

Das Game ist mit Facebook verknüpft. Durch den viralen Effekt wird der Segway so einem breiten, technisch aufgeschlossenen und eher maskulinen Umfeld bekannt und der Zielgruppe entsprechend positioniert.

Das Game

Wer als schnellstes Team Wien erreicht und sein Schnitzel auf dem Teller hat, gewinnt das Race - und damit eine Städtereise nach Wien inklusive Segway-City-Tour für sich und seine drei Freunde.

Der Teamleader wählt 3 seiner Facebook-Freunde aus und registriert diese als seine Mitspieler. Nach dem Race wird eine automatisch generierte E-Mail an diese verschickt, worin sie aufgefordert werden, doch ihr eigenes Team zu gründen und mit den eigenen besten Freunden den Städtetrip zu gewinnen.



1. Game downloaden



2. Team bilden



3. Race fahren

AMBIENT







Die Schilder werden so angebracht, dass sie ganz offensichtlich nicht den direkten Weg anzeigen. Beispielsweise weist der Pfeil «Hauptbahnhof» beim Restaurant Aqua am Zürichsee stadtauswärts und führt via Rapperswil einmal um den See zum HB.

