

# Frühling bei ikp

Schmetterlinge, Wasser, Garten und ein tropisches Outlet – für die Agentur gibt es viel zu tun.

WIEN. Von österlicher Ruhe keine Rede: Frühlingszeit ist Kampagnenzeit in den ikp Offices in Wien, Vorarlberg und Salzburg. Neben Informationskampagnen wie „Ohne Schmetterlinge keine Blumen“ für bellaflora oder „Jeder Tropfen zählt“ für Gardena setzten die ikp-Teams auch die carla Gartentage um, begleiteten Springtime-Shopping Events in den McArthurGlen Designer Outlets Parndorf und Salzburg und stellten für Griffner ein frühlingshaftes Traumhaus vor.

## Bedrohung der Schmetterlinge

Wenn Schmetterlinge ihre Bestäubungsarbeit nicht leisten können, leidet die Flora – da Insektizide wie Neonikotinoide eingesetzt werden, sterben die Schmetterlinge aus.

bellaflora und Global 2000 starteten gemeinsam die Informationskampagne „Ohne Schmetterlinge keine Blumen. Und umgekehrt.“ In Sachen Öffentlichkeitsarbeit setzte man auf ikp; so wurde nach einer Eröffnungspressekonferenz mit Plakaten, auf Flugblättern und in den bellaflora-Standorten auf die außerordentliche Bedeutung von Schmetterlingen für die Natur hingewiesen.

ikp begleitet auch die Partnerschaft von Gardena und Unicef. Gemeinsam machen die Unternehmen darauf aufmerksam, dass 663 Mio. Menschen weltweit keinen Zugang zu sicheren Wasserquellen und sauberem Wasser haben.

Für Gardena begleitete ikp darüber hinaus auch einen Produktlaunch: um den Mähroboter Sileno City.

In den Garten geht es auch mit carla: „Auf geht's in den Garten!“ hieß es bei carla, einem Projekt



© Gardena

## Raus in die Natur

ikp kommuniziert für Gardena – die Marke für Gartengeräte. Egal ob es um die Partnerschaft mit Unicef geht oder einen neuen Mähroboter.

der Caritas Vorarlberg, das ikp Vorarlberg schon seit vielen Jahren begleitet. Im Rahmen einer Jahreskampagne starten Mitte April in den Stores die ersten Thementage: Bei den carla-Gartentagen erhalten die Kunden alles, was das Gärtnereherz begehrt. Im Mai folgt eine Shoppingnight – alles nach einer Idee der ikp-Teams in Vorarlberg.

## Tropisches Shopping

Auch die McArthurGlen Designer Outlets hießen mit Unterstützung von ikp Wien die warme Jahreszeit willkommen: Einen besonders tropischen Auftakt in den Frühling lieferte erst kürzlich das McArthurGlen Designer Outlet Parndorf. Das Spring Late Night Shopping lockte mit verlängerten Öffnungszeiten bis 21 Uhr und vielen Angeboten.

Das Outlet Parndorf wurde hierfür in eine Tropenlandschaft

verwandelt: tiefgrüne Palmen, florale Muster und tropische Dekorationen sorgten für die „tropische Einkaufsatmosphäre“. Eine Home-Story über das Griffner Haus des Torhüters Michael Konsel konnte ikp in der österreichischen Medienlandschaft platzieren.

## Müll gibt Tipps

Außerdem kommunizierte ikp für Mülli, das neue Maskottchen des Abfallservice der Salzburger Müllbuster.

Das neue Maskottchen des Abfallservice zeigt in einem Modellprojekt in einer Wohnanlage, wie Müll getrennt wird und wie damit die Müllgebühren reduziert werden. Das Konzept für das Modellprojekt und die Umsetzung kommen von ikp Salzburg. Mülli gibt Tipps und weist auf Missstände hin, er tritt in Kindergärten auf und zeigt den Kleinsten spielerisch, wie man richtig Müll trennt. (gs)

## Mülltrennung

Müllli ist das neue Maskottchen des Abfallservice und zeigt, wie Müll richtig getrennt wird.

ikp kommuniziert seit 28 Jahren für zahlreiche Unternehmen. Dies geschieht an drei Standorten – bisher konnte ikp 40 Awards einheimen.

Weitere Informationen finden sich online: [www.ikp.at](http://www.ikp.at)



© Stadt Salzburg/Niko Zupanic