



© CAT/Schlenker

saintstephens-Geschäftsführer Mario Strasser mit den CAT-Geschäftsführern Belina Neumann und Michael Forstner.

mit einer verbindenden Idee, die alle Vorteile des CAT in einem Satz zusammenfassen und gleichzeitig das gute Gefühl des sicheren Flughafen-Transfers zum Ausdruck bringen soll: „Alles auf Schiene.“

„Unsere Kunden sollen sich bereits im CAT auf ihren Urlaub freuen und sich entspannt zurücklehnen können“, erklären die beiden Geschäftsführer des CAT, Belina Neumann und Michael Forstner. Mit der neuen Kampagne wolle man ebendiese Emotionen ansprechen und sie mithilfe unterschiedlicher Charaktere kommunizieren.

Kampagne gestartet

Neumann und Forstner sind erfreut über die erneute Zusammenarbeit mit saintstephens: „Wir haben in den vergangenen Jahren bereits exzellent mit saintstephens zusammengearbeitet und diese Kontinuität schätzen wir sehr. Die ersten Ansätze der Kampagne lassen Spannendes für die Zukunft erwarten.“ Die neue Werbelinie des CAT wird seit 20. Mai schrittweise online, in Printprodukten und am POS implementiert. (red)

Pep für den CAT

Die Wiener Agentur saintstephens konnte sich im Pitch durchsetzen und ist für weitere drei Jahre Partner des CAT.

WIEN. Der City Airport Train (CAT) und die Wiener Werbeagentur saintstephens setzen ihre Zusammenarbeit fort: Die Agentur konnte den mehrstufigen Ausschreibungsprozess für die neue Kampagne des CAT für sich entscheiden. saintstephens wolle die CAT-Werbekampagne

nun auf eine neue Stufe heben, heißt es in einer Aussendung der Agentur.

Emotionale Bilderwelten

In den letzten Jahren setzte man auf eine klare, sehr informative und symbolgestützte Kommunikationslinie. In Zukunft soll

das angenehme Gefühl, das die schnellste Verbindung zwischen dem Flughafen und der Wiener Innenstadt bringt, im Zentrum der Kampagne stehen. Dem bisher eher schlicht gehaltenen visuellen Auftritt solle dabei mehr „Pep“ verliehen, die Bilderwelten emotionaler gestaltet werden:



| Alle Druckhäuser auf einen Blick

Kohäsion kommunizieren

Grazer Kampagne wird EU-Kommission präsentiert.

GRAZ. Die Abteilung für Kommunikation der Stadt Graz hat gemeinsam mit dem Referat für EU-Programme und internationale Kooperationen sowie der Agentur 8010 eine Pro-EU-Kampagne entwickelt.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen jene Projekte der Stadt Graz, deren Realisierung die EU unterstützt hat, erklärt Max Mazelle, Leiter der Abteilung für

Kommunikation der Stadt Graz: „Auf diversen Kanälen werden Projekte vorgestellt, die nur aufgrund von Förderungen der Europäischen Union realisiert werden konnten. So gelingt es, das Thema ‚EU‘ positiv aufzuladen.“

Die Stadt Graz wurde nun dazu eingeladen, die Pro-EU-Kampagne im Haus der Europäischen Union Wien vor der EU-Kommission zu präsentieren. (red)



© 8010/Peter Riedler/photoworkers.at

Förderungen

„In EU-Geld schwimmen“ – das ist einer der Slogans, mit denen die Stadt Graz auf EU-finanzierte Projekte aufmerksam machen möchte.