



Wer: üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG, Großraum Verkehr Hannover, Verlagsgesellschaft Madsack, TSV Hannover Burgdorf, Kswiss etc.

Was: Ideenfindung, Realisierung und Nachbereitung der Präsentation des jeweiligen Unternehmens mit Promotoren auf verschiedenen Veranstaltungen und zu verschiedenen Anlässen

Wann: circa 80 Tage im Jahr

Wo: bundesweit

Wie viele: Ein festes Team aus 20 angestellten Mitarbeitern und eine Promotionsdatenbank bestehend aus 180 freien Mitarbeitern



PROMOTION-PROFIS

Die Herausforderung: Auffallen und in Erinnerung bleiben

Bekanntheit erhöhen, den Verkauf fördern oder einfach nur präsent sein - die Gründe für eine Promotionsaktion können vielfältig sein. Die üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG, einer der vielen Promotion-Kunden von invite, hatte im vergangenen Frühjahr einen ganz besonderen Grund für eine Werbeaktion: Das Verkehrsunternehmen wollte sich bei den Fahrgästen dafür bedanken, dass sie im harten Winter 2009/2010 auf den öffentlichen Nahverkehr in Hannover gesetzt haben.

Durch 15 Promotoren ließ das Verkehrsunternehmen daher pünktlich zum Frühlingsanfang 15.000 Tulpen als Blumengruß in den Stationen und Fahrzeugen des Unternehmens verteilen. Eine kreative Idee, die es sogar bis in den Lokalteil der beiden hannoverschen Zeitungen schaffte. Und auch zu anderen Gelegenheiten nutzt üstra die Expertise von invite und ihrer rund 200 Kopf starken Promotionsmannschaft. Etwa

um während der Rennpausen der Radsportveranstaltung „Nacht von Hannover“ mit 600 Luftballons und zehn Promotoren auf Inlineskates präsent zu sein, um auf dem „Autofreien Sonntag“ durch zehn Einradfahrer Give aways verteilen zu lassen oder um auf Shop-Eröffnungen, Partys und Sportveranstaltungen das Image des öffentlichen Nahverkehrs zu verbessern.