

Bernie's Naming, Corporate Design und Kampagne

Herausforderung

Nachdem bei Bernie's immer schon auch Schuhe zu haben waren, eröffnete das Modeunternehmen Anfang März 2001 einen reinen Shoe Store. Und zwar sollte dieses jüngste Kind der Bernie's-Familie, das im Zürcher Niederdorf eröffnet wurde, nicht einfach ein neuer Schuhladen, sondern der ultimative Shoe Store der Stadt werden. Bernie's betraute uns mit dem Naming, der Entwicklung des Erscheinungsbildes und der Launch-Kampagne.



Bernie's Naming, Corporate Design und Kampagne

Lösung

intelligent

Nach seinem Launch wurde homegate.ch, damals mit über 20'000 Angeboten bereits das grösste und erfolgreichste Immobilienportal der Schweiz, mit einer nüchternen Typo-Kampagne beworben. Um die Bekanntheit des sowohl in quantitativer wie qualitativer Hinsicht führenden Immo-Portals weiter zu steigern, und gleichzeitig überraschender, frischer und wärmer mit dem emotionalen Thema Wohnungs- und Haussuche umzugehen, setzte homegate.ch auf unsere Dienste.

emotional

Passend zum Konzept kreierten wir einen kurzen und modernen Namen – Bernie's GO. Um ihn rasch in und um Zürich bekannt zu machen, setzten wir auf eine laute Typo-Kampagne, in der immer mit dem eingängigen Namen gespielt wird. Headlines wie «GO TO GO» oder «COME TO GO» sollten aber nicht nur unterhalten, sondern auch klar dazu auffordern, doch mal im Niederdorf vorbeizugehen. Lebendig ist die Kampagne auch der vielen Wildplakate wegen, die rund um den neuen GO gehängt wurden: «GO AROUND THE CORNER» oder «GO STRAIGHT AHEAD» sorgten dafür, dass niemand am neuen Store vorbeilatschte.

powerful

Die frische, auffällig gestaltete und ganz in rot/weiss gehaltene Kampagne lief auf B12-Plakaten, 1/1-Seiten im «20 Minuten» und Wildplakaten. Zusätzlich wurden Cards for free produziert, die in Szene-Bars und -Läden auflagen.

