

«Und wem schenken Sie bald Blumen?»

TV-Spots mal anders? Dies beweist der weltweit grösste Blumenvermittler Fleurop und lancierte zu Beginn des Jahres eine neue Kampagne für das Sendesponsorings des People-Magazins «G&G – Gesichter & Geschichten» (ehemals «Glanz & Gloria»). Für die Produktion der über 20 einzelnen Billboard-Spots holt Fleurop die eigenen Mitarbeitenden vor die Kamera.

Menschen statt Blumen.

«Und wem schenken Sie bald Blumen?» Das ist die alles entscheidende Frage bei allen emotionalen, lustigen und teils überraschenden Spots, die ab sofort im Schweizer Fernsehen zu sehen sind. Dabei zeigt Fleurop übrigens keinen einzigen Blumenstrauss. Vielmehr rückt der Blumenvermittler die Menschen, die hinter einem Blumengruss stecken in den Vordergrund. Denn ob Grosspapa, Tante, Schatz oder die liebe Mutti – ein spontaner Blumengruss löst wahre Freude aus, gerade in solch schwierigen Zeiten einer Pandemie. Blumen überwinden Grenzen und sorgen für lachende Gesichter. Und diese hatten auch die Mitarbeitenden der Fleurop-Geschäftsstelle, welche sich für die neu produzierten TV-Spots gleich selber vor die Kamera stellten.

Insourcing statt Outsourcing.

Dass die Kreation von qualitativ hochstehenden Werbespots nicht immer mit hohen Agentur-Kosten verbunden sein müssen, zeigt Fleurop damit eindrücklich. «Die Spots sollen authentisch und natürlich daherkommen», meint Rinaldo Walser, COO und Marketingleiter der Fleurop-Interflora (Schweiz) AG. «Und wer wirkt authentischer als die eigenen Mitarbeitenden, die tag-täglich am Telefon oder via Live-Chat mit unseren geschätzten Kundinnen und Kunden interagieren?». Insourcing wurde aber auch im Bereich der Kreation angewandt – und zwar vom Erstellen des Storyboards bis hin zur Wahl der Musik, den Requisiten und der Shooting-Location. Einzig für Video-Produktion und Schnitt griff Fleurop dann mit Filmzimmer.ch doch noch auf einen professionellen Partner zurück.

Studio-Ambiente statt Grossraum-Büro.

Bei den Mitarbeitenden der Fleurop kam die Aktion offensichtlich gut an. So meldeten sich auf Anhieb zahlreiche Personen aus allen verschiedenen Abteilungen wie Kundendienst, Call-Center, IT oder Buchhaltung. Und dass die Motivation äusserst gross war, bestätigt auch die verantwortliche Projektleiter aus dem Fleurop-Marketing-Team, Claudia Boller (Kommunikation) eindrücklich: «Unsere Mitarbeitenden bedankten sich sogar bei uns, dass sie Teil der Kampagne sein dürfen. Einige von ihnen waren zwar anfangs etwas nervös, doch am Ende hatten wir von jeder Person mindestens eine sehr gute Aufnahme im Kasten»

Und übrigens: Noch diesen Frühling strahlen die Fleurop-Gesichter auch vor französisch- und italienischsprachigem Publikum in den Sendungen «Météo courte» (RTS) und «Meteo Regionale» (RSI).

Verantwortlich bei Fleurop: Claudia Boller (Kommunikation), Rinaldo Walser (COO);
verantwortlich bei filmzimmer.ch: Sven Epting (Inhaber)



TV-Sponsoring

TV-Sponsoring

Und wem schenken Sie bald Blumen?



