



Die Agentur adaptierte zu den unterschiedlichen Kommunikationsanlässen passende Motive wie etwa Halloween, Weihnachten oder das Münchner Oktoberfest, das direkt vor den Toren des Einkaufszentrums auf der Theresienwiese stattfindet. Bildquelle: Bloom

## Bloom sorgt für mehr Awareness für das Forum Schwanthalerhöhe

18.04.2023

Mit einem durchdachten Kommunikationskonzept, aufmerksamkeitsstarken und ansprechenden Motiven sowie einer ausgeklügelten Mediastrategie sorgt die Agentur Bloom aus München für mehr Bekanntheit für das Einkaufszentrum im Herzen des Münchner Westend.

Das Forum Schwanthalerhöhe eröffnete im Sommer 2019 mit zahlreichen Shops und Restaurants sowie wechselnden Pop-Up-Stores. Die zu kurze Phase der Etablierung vor der Pandemie veranlasste die Muttergesellschaft HBB aus Hamburg, mehrere Agenturen zum Pitch zu laden. Die Aufgabe: Mit einem einheitlichen Kommunikationskonzept dafür sorgen, dass Bekanntheit und Wiedererkennungswert des Forums steigen und Kunden auf das Angebot aufmerksam werden und wiederkommen. Hier konnte sich das Münchner Team von Bloom mit seinen Ideen Vladimir durchsetzen.

Im Rahmen der Anforderungen konzipierte die Agentur eine bildstarke und durchweg sympathische Lead-Kampagne. Die Grundidee betont den einzigartigen und diversen Einkaufscharakter des Forums und setzt darüber hinaus auf eine durchweg direkte und emotionale Ansprache: unterschiedliche Collagen aus themenbezogenen Waren, die allesamt im FORUM erhältlich sind, bilden verschiedene Gesichter und stehen damit für die Vielfalt des gesamten Angebots.

Diese setzte Bloom im Rahmen der Kampagne sowohl online in den Sozialen Medien, als auch auf offline in unterschiedlichsten Werbemitteln im und außerhalb des Forums in Szene und beklebte etwa zu Weihnachten zahlreiche Großflächen im Münchner Westend damit. Auch Flächen wie Staubschutzwände, Bodenaufkleber sowie der neue Plan des Centers gestalteten die Kreativen neu. Um für diverse Events und Aktionen während der gesamten Laufzeit zu werben, übernahm die Agentur auch die Auspielung der Kampagne auf Google und Meta und baute die dazugehörige Landingpage. Mit präzisiertem Targeting junger Familien im näheren und weiteren Umfeld hat Bloom damit die Angebote an die Kernzielgruppe gebracht und so dafür gesorgt, dass das Forum Nutzer im direkten Umfeld mit einer optimalen Frequenz von sechs Auspielungen der Anzeigen aktiviert. Darüber hinaus adressierte die Kampagne auch Nutzer, die nach vergleichbaren Angeboten für Familien in ganz München suchten.

Stefan Neukam, Managing Partner Bloom: „Die Frage ist ja immer: Führt die Kampagne zum Erfolg? Wir haben deshalb Weischer beauftragt, den Impact-Faktor für uns zu prüfen. Das Ergebnis: 88 Prozent unserer Motive überzeugen mit besonderer Stärke bei Plakativität und optischer Lautstärke. Das ist ein fundamentaler Beitrag zur Anforderung, für mehr Wiedererkennungswert und Bekanntheit zu sorgen.“

Und Vladimir Tinchev, Center-Manager HBB ergänzt: „Die Umsetzung der Online-Kampagne war ein voller Erfolg für uns: Für den Einsatz eines begrenzten Mediabudgets konnten die Ansichten der Anzeigen – und damit wichtige Aufmerksamkeit – in sechsstelliger Höhe sowie Webseiten-Besucher und Interessenten in fünfstelliger Höhe generiert werden. Die Cost per Conversion lag mit 4,50 Euro in einem extrem niedrigen Bereich und zeigt die Qualität der Anzeigen und Motive, die bei den Nutzern optimal punkteten.“

Die Kampagne wird im gesamten Jahr 2023 fortgesetzt.

### Über Bloom

Bloom ist die agile Kreativberatungsagentur, die ihren Kunden jeweils ein individuelles und maßgeschneidertes Set-up aus Generalisten & Spezialisten bietet. Mit 50 festen Mitarbeitern an den Standorten München und Nürnberg begleitet Bloom seine Kunden als Zuhörer & Stratege, Umsetzer & Möglichmacher über die bayerische Landeshauptstadt und die Metropolregion Fürth, Erlangen und Nürnberg hinaus umfassend: Mit stringenten und kreativen Lösungen stellt Bloom die Weichen für ein nachhaltiges Marketing und Wachstum gerade in Zeiten der digitalen Transformation. Zu den Auftraggebern zählen unter anderen Apollo Optik, Deutsche Hospitality, Payone, Tucher Traditionsbrauerei, Versicherungskammer Bayern, Washtec sowie Zarges.