

Mit Köpfchen spielen: Der Lotto-Trainer zeigt, wie's geht

BBDO Berlin kreiert neues, spielsuchtpräventives Kommunikationskonzept für Deutsche Klassenlotterie Berlin

Berlin, den 22. Juni 2007 – Glücksspiele machen Spaß, aber sie können auch süchtig machen. Wer im Umfeld von Glücksspielen wirbt, trägt daher eine besondere Verantwortung. Die Deutsche Klassenlotterie wird ihr noch vor Inkrafttreten des Glücksspielstaatsvertrags 2008 auf überzeugende Weise gerecht. In einer groß angelegten Print-, Radio- und Point-of-Sale-Kampagne gelingt ihr das Kunststück, Information, Unterhaltung und Spielsuchtprävention unter einen Hut zu bringen.

Im Mittelpunkt des neuen Auftritts steht eine von BBDO Berlin kreierte Werbefigur: der Lotto-Trainer. Ein sympathischer Typ mit natürlicher Autorität, dem man gerne abnimmt, was er sagt. Weil er nicht den Zeigefinger hebt, sondern locker bleibt und mit der Zielgruppe auf Augenhöhe spricht. „1. Regel beim Lotto: Nicht übertreiben“, empfiehlt er beispielsweise auf einem Plakat oder auf einem anderen „Immer schön den Ball flach halten“. Die suchtpreventive Botschaft wird noch durch ein spezielles Logo verstärkt, das die Wichtigkeit des Themas „Jugendschutz“ verdeutlicht und auf das Infotelefon zur Glücksspielsucht der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung hinweist.

Der kommunikative Schwerpunkt des ersten Kampagnen-Flights liegt auf der Bekanntmachung der neu eingeführten Lotto-Karte. Trainer-Statements wie „Sicher tippen à la Karte“, „Die weiß wohin mit dem Gewinn“ oder „Die erste gute gelbe Karte“ machen auf ihre Vorteile aufmerksam, zu denen unter anderem Überweisungsgarantie, speicherbare Spielaufträge sowie insgesamt mehr Sicherheit und Transparenz gehören. Der neue Claim der Kampagne „Unsere Stadt. Unser Spiel“ appelliert an das Wir-Gefühl und verweist indirekt auch auf das gemeinnützige Engagement von Lotto Berlin.

Die auf drei bis vier Jahre angelegte Kampagne arbeitet kanalübergreifend mit regionalem Fokus auf Berlin: angefangen bei Plakaten, Anzeigen und Point-of-Sale-Maßnahmen über Radio- und U-Bahn-Spots bis hin zum Internetauftritt unter www.lotto-berlin.de. Die begleitende Pressearbeit macht Pleon, Berlin. Stein Promotions, Hamburg, hat die Ausstattung der Berliner Lotto-Läden übernommen.

Kampagnenmotive zum Download finden Sie unter www.bbdo.de (Presse/Pressebilder).

BBDO Germany

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für markt-orientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Klaus-Peter Schulz, CEO, geführt. Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: Consulting, Content und Creation, Branded Entertainment, Multichannel und New Media, Public Relations, Absatzförderung und Channel-Marketing, Media, Power-Sales, Sponsoring, Events und Corporate Identity. BBDO Germany betreut seit vielen Jahren renommierte Kunden wie Allianz, Deutsche Post, Dr. Oetker, Henkel, LBS, Masterfoods, Mercedes-Benz und Wrigley national und international. Für weit mehr als die Hälfte der Kunden realisiert die Kommunikationsgruppe integrierte Marketing- und Werbekonzepte. Durch zahlreiche Kooperationen mit Universitäten liefert BBDO Germany kontinuierlich innovative Impulse für Themen wie Strategische Markenführung, Markensteuerungsprozesse, integrierte Kommunikation und Konsumentenwissen. Das Unternehmen gehört mit zahlreichen nationalen und internationalen Auszeichnungen zu den am häufigsten ausgezeichneten Agenturgruppen.

Verantwortlich bei BBDO Berlin

Beratung: Kai-Uwe Bünting, Simone Heitzler, Sophie Hansen, Ronald Hahn, Linda Rietzdorf

Kreation: Carsten Heintzsch, Andreas Manthey, Patrick They, Tobias Geigenmüller, Lars Buri, Christian Podratzky, Holger Niehaus, Marcus Gobs

Art Buying: Gabi Mandel

Media/Mediaplanung: OMD Berlin: Jessica Wallbrecher

PR: Pleon Berlin: Ina Froehner, Silke Ebel, Barbara Scholtysik, Jana Galinowski

PoS: Stein Promotions Hamburg: Lars Roisch, Stephan Giest, Knut Zimmermann, Annette Cronenberg

Ansprechpartner bei DKLB

Deutsche Klassenlotterie Berlin

Thomas Dumke

Marketingleiter

T +49.30.8905-1310

F +49.30.8905-1317

pressestelle@lotto-berlin.de

Ansprechpartner bei BBDO Germany

BBDO Germany GmbH

Ingeborg Trampe

Director Marketing & Communications

T +49.211.1379-81 03

F +49.211.1379-91 81 03

M +49.173.311 36 75

presse@bbdo.de

www.bbdo.de