

Bestellung von Werbemitteln der DKB-Kampagne „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“

Zur Kampagne-Idee

„Kegeln und Bowling sind umwerfende Sportarten“. Bei der Vermittlung dieser Botschaft will der DKB, der diese Kampagne initiiert hat, mit den Landesverbänden und vor allem mit den Vereinen und Clubs an einem Strang ziehen. Vor diesem Hintergrund hat der DKB Werbemittel konzipieren und in großer Stückzahl drucken lassen, damit die Bowling- und Kegelsportbasis sowohl gut gestaltete als auch günstige Werbemittel verteilen kann.

Zu den Basis-Werbemitteln

„Aller guten Dinge sind drei“: Zur Werbemittel-Grundausstattung gehören drei Elemente, die zusammen oder separat eingesetzt werden können.

Der Folder (6 Seiten – Wickelfalz – A4+-Format)

Das zentrale, umfassende Werbemittel, der Folder beinhaltet insbesondere Informationen zum DKB, zu den beiden Sportarten Kegeln und Bowling, zu den vier Bahnarten/Disziplinen, zu den Bowling- und Kegelsport-Wettbewerben, ferner zu den vielfältigen Aktivitäten in den Vereinen und Clubs. Unter der Überschrift „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“ machen informative Texte sowie erstklassige Fotos den Unterschied zwischen Kegeln und Sportkegeln sowie zwischen Bowling und Sportbowling deutlich. In den Folder können andere Werbemittel wie etwa das Disziplin- oder Kampagneblatt – siehe unten – eingelegt werden.



Das disziplinspezifische Blatt (beidseitig bedruckt – A4-Format)

Faszination Bowling, Faszination Bohle-Kegelsport, Faszination Classic-Kegelsport, Faszination Schere-Kegelsport: So lauten die Überschriften dieser vier disziplinspezifischen Blätter. Nicht nur die Überschriften sind ähnlich, sondern auch die Texte, da fast alle Clubs unter dem Dach des DKB nur eine Disziplin spielen und somit nur eines der vier Blätter in den Folder einlegen oder einzeln verteilen. Auf der Vorderseite wird über einem großen Foto die Disziplin beschrieben, auf der Rückseite werden neun – beim Bowlingblatt sind es zehn – gute Gründe für eine Mitgliedschaft in einem Kegel - beziehungsweise Bowlingsportclub – aufgeführt.



Das Kampagneblatt (einseitig bedruckt – A4-Format)

Das Kampagneblatt gibt es in zwei Versionen: Zum einen mit einem Bowling-sportmotiv, zum anderen mit einem Kegelsportmotiv und jeweils einem kurzen Text auf der Vorderseite. Die Rückseite ist noch nicht bedruckt, damit Vereine und Clubs diese gestalten können, etwa mit Trainingszeiten, Trainingsort, Ansprechpartnern etc. Deshalb ist das Kampagneblatt für handelsübliche Drucker und Kopierer geeignet.



Zu den Einsatzmöglichkeiten

Wie bereits gesagt: Die drei Basis-Werbemittel können einzeln verteilt werden, sie können auch kombiniert werden – je nachdem ob im jeweiligen Verein gebowlt oder auf Bohle-, Classic-, Schere-Bahnen gekegelt wird. Dieses Konzept gewährleistet vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Zum Beispiel

- für die Mitgliederwerbung: Gezielte, umfassende Informationen mit dem sechsseitigen Folder an Interessenten oder das Kampagneblatt mit relativ wenig Text an viele Haushalte,
- zur Steigerung der Identifikation der jetzigen Mitglieder mit ihrer Sportart, mit ihrem Verband,
- als Medienmappe, um Journalisten zu einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung einzuladen,
- als Beilage, wenn etwa ein Schulleiter von einem gemeinsamen Schulprojekt überzeugt werden soll.
- ...



Kegeln und Bowling -
umwerfende Sportarten