



Ein Mailing für Leute, die anpacken wollen.



Das Key-Visual vom «alten Sack» zieht sich durch alle Kommunikationsmassnahmen – vom Plakat bis Auto, Webseite oder Arbeitskleidung.



NEUE ALTERSBEWEGUNG

Die Werbeanstalt hat eine Online-Plattform lanciert, auf der man Rentner für die unterschiedlichsten Arbeiten kostengünstig mieten kann.

Der Impuls kommt von Peter Hiltbrand. «Mein Vater wollte nach seiner Pensionierung nicht einfach auf der faulen Haut liegen. Nachdem er für sein KMU eine Nachfolgelösung gefunden hatte, wollte er noch einmal etwas Neues starten», verrät Sarah Hiltbrand. Die CD bei der Werbeanstalt zeigte sich des-

halb sofort begeistert, als bei einem Familienbesuch die Idee einer Jobvermittlung «Rent a Rentner» zur Sprache kam. «Wenn, dann machen wir es aber richtig», meinte die Tochter und hat mit ihrer Agentur jetzt «die erste Online-Plattform der Welt» lanciert, auf der man «Rentner für die unterschiedlichsten Arbeiten kostengünstig mieten kann».

Auf www.rentarentner.ch bieten Rentner, die nicht auf der faulen Haut liegen wollen, ihre Dienstleistungen an. Zum Offerieren bietet das Tool verschiedene Kategorien vom Gärtner über Ferienvertretungen bis «Mädchen für alles» sowie konkreter auch Baugewerbe, Finanzen, Computer oder sogar Seelsorge an. Auf der anderen Seite sollen hier Privatpersonen oder auch Unternehmen die Möglichkeit haben, Dienstleistungen mit hohem traditionellem Qualitätsanspruch einzukaufen. Mit der Eingabe einer Postleitzahl kann die Suchmaschine die Jobvermittlung gezielt einengen. Ist ein passendes Inserat für Angebot oder Nachfrage gefunden, kann der Rentner oder die Rentnerin bei einem telefonischen Kontakt selber den erwarteten Lohn aushandeln. Bereits 130 Interessierte haben sich auf der Plattform angemeldet.

Beworben wird diese von der Werbeanstalt in einer Sprache, die auch das neue Image der heutigen Rentner kommunizieren soll. Die frisch Pensionierten bezeichnen sich selber gern als «alte Säcke», hat Sarah Hiltbrand feststellen können. Deshalb wurde diese Erkenntnis mit etwas frechem Humor auch in die Werbung aufgenommen. Das Key-Visual für alle Massnahmen ist ein «alter Sack». Der Look findet sich auch in diversen Briefschaften, auf einem Reklameau-



to sowie in einer Serie von «Arbeitskleidern», die demnächst noch lanciert werden soll. Für einen Plakatausgang hat die APG ein paar Plakatstellen mit einem «alten Sack» überziehen lassen. Ein Mailing wurde in einen symbolischen Handschuh gepackt.

Der Eintrag auf der Plattform ist in der Launchphase noch gratis. Vermietet wird aber Reklamefläche, wo die Generation der neuen Alten zielgerichtet angesprochen werden kann, wie Reto Dürrenberger erklärt.

Die Idee scheint den Nerv der Zeit zu treffen. Kurz nach einer ersten Präsentation haben bereits diverse Zeitungen sowie «Schweiz aktuell» im Fernsehen über die sinnvolle Dienstleistung berichtet. Und nach wie vor klingelt bei Vater Hiltbrand das Telefon mit Interview-Anfragen. Es melden sich 3-sat bis Radio Basilisk. Aber diese Unruhe ist ja genau das, was sich der frisch Pensionierte mit seiner Idee wünschen konnte.

Andreas Panzeri

Ethnowerbung.ch

EthnoWerbung.ch

So unterschiedlich wie Ihre Zielgruppen

Portugiesisch Serbisch Albanisch Macedonisch Türkisch Spanisch Italienisch Englisch Tamilisch Arabisch Thai Russisch ...

Erreichen Sie über 30% der Bevölkerung, 30 verschiedene Zielgruppen, mit Werbung in bis zu 30 Sprachen. Erfolgreiche Kampagnen sprechen die Sprache der Zielgruppe.