

Lamy bringt das Coole an der Schule online

Berger Baader Hermes gestaltet **Jugend-Website** für den Schreibgerätehersteller

Verliebt! Wie sage ich es ihr nur? Die Frage beschäftigt täglich quer durch alle Schulgattungen und Altersstufen mehr Jugendliche, als ihren Lehrern lieb ist. Eine Lösung des Problems bietet jetzt eine Website, die die Münchner Newmedia-Agentur Berger Baader Hermes für den Heidelberger Schreibgerätehersteller Lamy realisiert hat. Neben den vier Themenwelten Deine Zukunft, Wissenswert, Abenteuer Schule und Schulstreich stellt die Seite im Bereich Liebe Briefe auch einen Generator bereit, mit dem die gequälten Teenies ihre heiklen Schreiben verfassen können.

Mit www.cu.lamy.com hat Berger Baader Hermes die erste Website samt eigenem Claim (Schreib's mit LAMY) für Lamy gestaltet, die sich an junge Menschen zwischen 14 und 19 Jahren richtet. Ziel ist es, die nach den Erwachsenen zweite wichtige Zielgruppe des Unternehmens in einem altersgerechten Medium anzusprechen und an die Produkte der Heidelberger zu binden sowie die Marke positiv aufzuladen. Passend zur Zielgruppe wurde die Seite im neuen Flash 8 programmiert.



Die Website www.cu.lamy.com richtet sich an Jugendliche

Um das gesamte Spektrum der Jugendlichen anzusprechen, hat die Agentur in mehreren Fokusgruppenbefragungen nach einem gemeinsamen Nenner gesucht. „Herausgekommen ist, dass alle etwas an der Schule cool finden. Sei es die Pause, die erste Liebe oder gemeinsame Ausflüge“, sagt Matthias Berger, Geschäftsführer bei der Newmedia-Agentur. Ausgehend von dieser Erkenntnis ist beispielsweise das Abenteuer Schule entstanden, bei dem die Jugendlichen mit der Comic-Heldin Paula in einem Jump & Run-Spiel die Hindernisse auf dem Weg zur Schule überwinden müssen. In der Themenwelt Schulstreich kann der interaktive

Klassenclown Jan per Texteingabe zu Scherzen animiert werden. An jüngere Schüler richtet sich der Bereich Wissenswert, der mithilfe eines Kasperletheaters beim Verfassen von Referaten unterstützt. Für die älteren Schüler stehen unter Deine Zukunft Berufsporträts bereit.

Lamy rechnet mit deutlich mehr als einer Million Page Impressions pro Jahr, die mit der Unternehmensseite Lamy.com erzielt werden. Die Zugriffe sollen

auch durch PoS-Aktionen für Jugendliche angeheizt werden. Zuletzt hat das Unternehmen dabei 30000 E-Mail-Adressen gesammelt, die nun per Newsletter zum Start der Website angeschrieben werden. Zudem hofft Lamy auf den viralen Effekt, der sich unter anderem durch die Möglichkeit, einen selbstgestalteten Desktop zu versenden, entwickeln soll. Für Oliver Koob, Marketing Manager New Media bei Lamy, ein bekanntes Phänomen: „Lamy hat bei der Ansprache von Jugendlichen schon immer bewusst auf klassische Kommunikation verzichtet und ist durch Mund-zu-Mund-Propaganda groß geworden.“ **ems**