

# Pizza im Container

Die Nürnberger Agentur Neuland sorgt dafür, dass RTL 2 die zweite Staffel von „Big Brother“ auch auf Pizzakartons bewirbt.

Der Erfolg von „Big Brother“ wird oftmals mit dem (erfolgreichen) Appellieren an elementare menschliche Instinkte kommentiert. Zu diesen gehört mit ziemlicher Sicherheit auch Hunger. Weiterhin ist unstrittig, dass die Produktionsfirma Endemol mit ihrer Reality-Soap Neuland im deutschen TV-Entertainment betreten hat.

Das Betreten von Neuland generell macht wiederum auch die Werbeagentur Neuland für sich geltend. Deren letzter Streich in puncto Noch-nicht-beziehungsweise So-noch-nicht-Dage-wesenes: die Pizzboxx®, Werbung in hochwertiger Druckqualität auf der Pizzaschachtel.

„Big Brother“ und Pizza, Container und Schachtel – irgendwie passt das wunderbar zusammen. Kein Wunder also, dass die zweite Staffel der TV-WG Premierienmotiv auf der Pizzboxx® ist.

Hochglanzwerbung auf dem Pizzakarton – das ist mit Sicherheit eine jener genial-einfachen Ideen, bei denen man sich unwillkürlich fragt, warum sie nicht schon längst jemand anders umgesetzt hat.

Der Grund dafür liegt wahrscheinlich in einer technischen Hürde, die auch den Kreativen bei Neuland einiges Kopfzerbrechen bereitete: Es ist nicht möglich, die so genannte E-Welle, aus der hochwertige Pizzaschachteln gemacht werden, direkt im Offset-

verfahren zu bedrucken. Einziger Ausweg aus diesem Dilemma war bisher das Flexodruckverfahren. Doch ein matter Schriftzug Rot-auf-Weiß – wer kennt nicht das berühmt-berüchtigte „Buon appetito“ – ist sicher nicht das, was man sich als Unternehmer unter einer attraktiven Werbemöglichkeit vorstellt.

## Werbung via Pizzaschachtel zielt auf Jugendliche und junge Berufstätige

Adieu, schöne Idee? Das Team von Neuland ließ sich nicht so schnell entmutigen. Zusammen mit diversen Fachleuten aus dem Druckbereich brütete man so lange, bis eine Lösung gefunden war, die, wenn man sie erst einmal kennt, wiederum erstaunlich einfach ist. Motive werden nicht direkt auf die Wellpappe, sondern auf einen Hochglanzkarton gedruckt. Letzteren auf die E-Welle zu kaschieren, stellt dann kein Problem mehr dar.

Sofort nachdem die Lösung gefunden und der Patentantrag gestellt war, stieg Neuland in die Umsetzung der Idee ein. Bis Juni 2000 entwickelten die Nürnberger Werber ein Konzept, das vornehmlich Markenartikler sowie das komplette Ensemble der visuellen Medien, Internet, TV und Print ansprechen sollte.

Die Pizzboxx® kann in drei Auflagenstärken von 500 000 über eine Million bis hin zu zwei Millionen Stück gebucht werden. Je höher die Auflage, desto niedriger der Preis pro Karton und desto größer die Zahl der Pizzerien und Lieferservices in elf deutschen Großstädten, die kostenlos mit der Pizzboxx® eingedeckt werden.

Dass die Pizzabäcker die Werbebotschaft auch wirklich unters Volk bringen können, dafür sorgen Gebietsleiter, die bundesweit bereits über 1500 persönliche und auch verbindliche Kontakte zu den Gastronomen halten. Doch wer verzichtet schon auf ein werthaltiges Produkt, das normalerweise Geld kostet?

Die Attraktivität der Werbung via Pizzaschachtel ist offensichtlich: Pizza wird quer durch alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen bestellt. Es sind gerade die Haupt-Zielgruppen der Werbung, nämlich Jugendliche, junge Berufstätige und gestresste, aber kaufkräftige Manager,

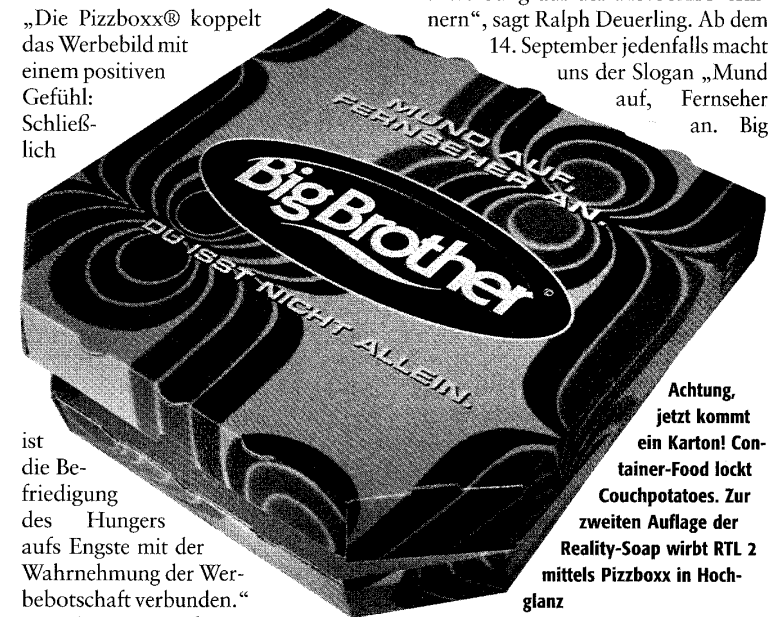
überwiegend zwischen 18 und 39 Jahren alt, die immer häufiger auf Delivery und Take-away zurückgreifen, wenn der Magen knurrt.

An diesem Punkt bemüht Neuland-Geschäftsführer Ralph Deuerling die Psychologie, um die Effektivität seiner Werbeidee zu unterstreichen:

„Die Pizzboxx® koppelt das Werbebild mit einem positiven Gefühl: Schließ-

renommierte Marktforschungsinstitut Psyma schaffen, das vor kurzem von Neuland beauftragt wurde, diese Wissenslücke zu füllen.

Die Hoffnungen sind groß: „Wir gehen davon aus, dass sich 90 Prozent der Leute am nächsten Tag noch an die Werbung auf der Pizzboxx® erinnern“, sagt Ralph Deuerling. Ab dem 14. September jedenfalls macht uns der Slogan „Mund auf, Fernseher an. Big



Achtung, jetzt kommt ein Karton! Container-Food lockt Couchpotatoes. Zur zweiten Auflage der Reality-Soap wirbt RTL 2 mittels Pizzboxx in Hochglanz

ist die Befriedigung des Hungers aufs Engste mit der Wahrnehmung der Werbebotschaft verbunden.“

Weiterer Vorteil: Im Gegensatz zu Werbung in Zeitschriften, auf Plakaten und im Fernsehen muss die Werbung auf dem Pizzakarton für die Dauer des Konsums keine Konkurrenz fürchten: „Beim Pizzakarton wird die Aufmerksamkeit ungeteilt einem Motiv zuteil“, erläutert Deuerling. „Zudem ist die Dauer des Kontakts wesentlich höher als bei klassischen Medien.“ Inwieweit sich die Werbung auf der Pizzboxx® im Gedächtnis der Konsumenten festsetzt, entzieht sich bis dato noch gesicherter wissenschaftlicher Erkenntnis. Abhilfe soll demnächst das

Brother – Du isst nicht allein“ auf dem Deckel unserer Pizzaschachtel unmissverständlich klar: Es wird wieder ernst. Der Container ist voll. „Big Brother 2“ geht auf Sendung.

Und wir werden, den Karton mit der dampfenden Scheibe auf dem Tisch, langsam alle Bedenken verdrängen, zur Fernbedienung greifen und uns den wirklich elementaren Fragen widmen: Was kommt nach Zladdi? Der Biker aus Flensburg? Und vor allem: Duschst gerade jemand? Buon Appetito!

Thomas Nagel