

Einreichung zum BEST PRactice Award

Projekt:	Mitternachtszustellung des sechsten Harry-Potter-Bandes „Harry Potter und der Halbblutprinz“ durch den Paketdienst der Österr. Post AG
Auftraggeber:	Österreichische Post AG – Geschäftsfeld KEP (Kurier.Express.Paket)
Agentur/Umsetzung:	communication matters
Zeitraum:	1. Oktober 2005
Ansprechpartner:	Mag. Peter Menasse

Ausgangssituation

KEP (Kurier.Paket.Express) ist eines von fünf Geschäftsfeldern der Österreichischen Post AG (neben Filialnetz, Brief, Infomail und Medienpost). Es ist für den Verkauf im Bereich Paket sowie für die Abholung und Zustellung von Paketen und EMS-Sendungen zuständig.

Derzeit ist KEP unbestrittene Nummer 1 im Paketbereich hin zu den Konsumenten. Von Seiten der Logistik hat das Geschäftsfeld seine Möglichkeiten in den letzten Jahren optimiert und ist in dieser Beziehung jedem neuen Anbieter deutlich überlegen. KEP präsentiert sich in der gewandelten Konkurrenzsituation als innovativer und leistungsstarker Partner und Lieferant.

Die innovativen Leistungen des Geschäftsfeldes KEP sind jedoch der Öffentlichkeit nicht hinreichend bekannt. Es sollte daher eine Aktion geplant werden, um die Konkurrenzfähigkeit und Innovationskraft von KEP zu signalisieren. Die Auslieferung des neuen Harry Potter Bandes, die frühestens am 1. Oktober stattfinden durfte, war die geeignete Plattform, um die „neue Flexibilität“ zu demonstrieren. KEP wählte den frühesten möglichen Auslieferungstermin (1. Oktober 0:01 Uhr) und inszenierte eine Mitternachtszustellung gemeinsam mit der Buchhandlung A&M.

Dialoggruppen

Breite Öffentlichkeit, Medien, Kunden, MitarbeiterInnen, Harry-Potter-Fans

Zieldefinition

Die Aktion hatte vorrangig zwei Ziele. Erstens, die Schärfung des Bewusstseins der Bevölkerung und der Kunden für die innovativen Leistungen und die Konkurrenzfähigkeit von KEP, konkret sollte die „neue Flexibilität“ demonstriert werden. Zweitens, die Steigerung der MitarbeiterInnen-Identifikation mit dem Unternehmen und dessen Leistungen.

Strategie

Um die Ziele zu erreichen, sollte ein besonderer Service des Geschäftsfeldes KEP öffentlichkeitswirksam inszeniert werden. Dazu wurde ein Inhaltspartner gesucht, um die Leitung „Paketzustellung“ erlebbar und spannend zu machen. Gemeinsam mit der Buchhandlung A&M wurde die Mitternachtszustellung des sechsten Harry-Potter-Bandes „Harry Potter und der Halbblutprinz“ zum frühesten möglichen Auslieferungstermin um 0:01 Uhr am 1. Oktober geplant. Dazu sollte eine Aktion für die Mitarbeiter sowie effiziente Medienarbeit durchgeführt werden.

Umsetzung

Die Aktion zur Mitternachtszustellung des neuen Harry Potter Bandes am 1. Oktober bestand aus zwei Teilaktionen. Einerseits wurde ein Mitarbeiterfest organisiert (vom Geschäftsfeld KEP) und andererseits die Auslieferung einzelner Pakete von Journalisten begleitet (Medienarbeit von communication matters betreut).

Das Geschäftsfeld KEP organisierte in der Nacht vom 31. September auf 1. Oktober in der nostalgischen Orientexpresshalle am Südbahnhof für die Zusteller und andere KEP-MitarbeiterInnen ein Harry-Potter-Fest. Um Punkt 0:00 Uhr schwärmten die Zusteller unter euphorischen Musikklingen mit ihren gelben Wägen direkt aus der Orientexpresshalle in ganz Wien aus, um den neuesten Harry-Potter-Band auszuliefern.

communication matters betreute die Medienarbeit zu diesem Ereignis. Es wurden gezielt und in persönlichen Gesprächen Journalisten aus Printmedien, Hörfunk und Fernsehen eingeladen, zuerst dem MitarbeiterInnen-Fest beizuwohnen und anschließend einzelne Zusteller persönlich bei der Auslieferung zu begleiten. Um den Medien ausreichend Bildmaterial zu liefern, organisierte die Agentur eine Harry-Potter-Party in einer Privat-Wohnung, bei der zehn Kinder ab Mitternacht auf den Paketzusteller sowie auf ein ORF-Team und Redakteure des Radiosenders 88,6, der Wiener Zeitung, der Presse und der Kronenzeitung warteten. Journalisten von ATV plus, Falter und ein weiteres ORF-Team begleiteten andere Paketzusteller bei ihrer nächtlichen Arbeit. Ein Interview mit dem Radiosender Antenne Wien und intensiver Kontakt mit der Redaktion des Kuriers, die selbst eine Harry-Potter-Party veranstaltete, rundeten die Medienarbeit ab.

Erfolgskontrolle

Die Medienberichterstattung zur Harry-Potter-Mitternachtszustellung war überdurchschnittlich. In folgenden Medien wurde aufgrund der erfolgreichen Medienarbeit von communication matters berichtet: Falter, Die Presse, Wiener Zeitung, Kronenzeitung, Kurier – Print- und online-Ausgaben, ZiB 1 und Wien heute, ATV plus und Antenne Wien. Alle Medien, die bei der von der Agentur organisierten Harry-Potter-Party dabei waren, verwendeten außerdem das dort aufgenommene Bildmaterial. In allen Berichten stand das Ereignis der Mitternachtszustellung und somit das moderne Service des Paketdiensts der Österreichischen Post im Vordergrund und nicht, wie zu erwarten gewesen wäre, der neue Harry-Potter-Band.