



# POST SEED®

Lässt Kundenbindung wachsen

... wie? Lesen Sie mehr über die Werbekampagne des Nordhessischen Verkehrsverbunds

# NATÜRLICH WERBEN

## Mit dem Osternest-to-go

post seed® – egal ob als Etikett, Anhänger oder Karte – ist der optimale Werbeträger für jede Marke und Kampagne und bietet in Form von Blumen, Kräutern, Gräsern und Gemüsen einen wachsenden Mehrwert für Unternehmen und ihre Kunden.

Das dachte sich auch der Nordhessische VerkehrsVerbund und startete zum Osterfest 2014 die Aktion „Osternest-to-go“. Unter dem Motto „Zum Dank lassen wir was rüberwachsen“ verteilte der NVV einen Ostergruß auf einer post seed®-Karte an die Fahrgäste der RegioTram. Im „Osternest-to-go“ fanden die Kunden ein Saatband mit Kressesamen, eine kurze Pflanzanleitung und ein Anschreiben des NVV.

Ziel der Aktion war es, sich bei den Fahrgästen für entstandene Verspätungen zu entschuldigen und sich für die aufgebrachte Geduld zu bedanken. Konzept und Design der Osteraktion erstellte die Kasseler Agentur Zentral-Kommunikation. „Wir wollten ein Werbemittel einsetzen, das ohne Streuverlust zum richtigen Zeitpunkt von den Fahrgästen wahrgenommen wird. post seed® erregt aufgrund seiner außergewöhnlichen



Kresse lässt sich auch problemlos in einem post seed®-Anhänger verarbeiten.

Gestaltung Aufmerksamkeit und bleibt dank der Kresse langfristig im Gedächtnis der Zielgruppe“, erklärt Bernhard Weiß, Geschäftsführer von Zentral-Kommunikation. „Genau deshalb wurde post seed® von uns entwickelt. Wir wollten einen Informationsträger mit Zusatznutzen schaffen, der individuell auf jede Marke und Kampagne angepasst werden kann“, so Frank Jäger, Geschäftsführer von Faubel.

Das „Osternest-to-go“ wird von den Fahrgästen mit nach Hause genommen, das integrierte Saatband lässt sich einfach aus der Karte heraustrennen und einpflanzen. Bereits nach 1-2 Wochen ist die Kresse soweit gewachsen, dass sie gegessen werden kann. „In diesem Zeitraum stellt der Kunde einen positiven Bezug zum Nordhessischen VerkehrsVerbund her und ein „grünes“ Unternehmensimage wird aufgebaut. Das sind zwei wichtige Bausteine zum erfolgreichen Dialogmarketing und das „Osternest-to-go“ hat sowohl bei den Fahrgästen als auch beim NVV für strahlende Gesichter gesorgt“, fasst Bernhard Weiß, die post seed®-Kampagne zusammen.

**Möchten auch Sie Ihre Kundenbindung wachsen sehen?  
Dann freuen wir uns auf Ihre Anfrage.**

Mehr Ideen finden Sie unter [www.postseed.de](http://www.postseed.de).

Das komplette Portfolio von Faubel Creative Solutions sehen Sie unter [www.faubel.de](http://www.faubel.de).



Neben Basilikum bieten wir viele weitere Samensorten an, wie Vergissmeinnicht, Schnittlauch und Möhre.