



Fotos: HBB, Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH

### Bloom sorgt für mehr Awareness für das Forum Schwanthalerhöhe

Mit einem durchdachten Kommunikationskonzept verschafft die Agentur Bloom aus München dem Einkaufszentrum im Herzen des Münchner Westend mehr Bekanntheit.

Das Forum Schwanthalerhöhe eröffnete im Sommer 2019 mit zahlreichen Shops und Restaurants sowie wechselnden Pop-Up-Stores. Doch die Etablierungsphase vor der Pandemie war zu kurz und so beauftragte die Muttergesellschaft HBB aus Hamburg Bloom mit einem einheitlichen Kommunikationskonzept, um die Bekanntheit des Forums zu steigern.

Dazu konzipierte die Agentur eine bildstarke Lead-Kampagne. Die Grundidee betont den einzigartigen und diversen Einkaufscharakter des Forums: unterschiedliche Collagen aus themenbezogenen Waren, die allesamt im Forum erhältlich sind, bilden verschiedene Gesichter und stehen damit für die Vielfalt des gesamten Angebots. Das Team von Bloom adaptierte daraus zu den unterschiedlichen Kommunikationsanlässen passende Motive wie etwa Halloween, Weihnachten oder das Münchner Oktoberfest, das direkt vor den Toren des Einkaufszentrums auf der Theresienwiese stattfindet.

Diese Motive setzte Bloom im Rahmen der Kampagne in unterschiedlichsten Werbemitteln on- und offline ein, gestaltete Staubschutzwände, Bodenaufkleber und den neuen Plan des Centers. Die Agentur übernahm außerdem die Auspielung der Kampagne auf Google und Meta und sorgte mit präzisiertem Targeting erfolgreich für Awareness in der Kernzielgruppe.

### Bloom creates more awareness for Forum Schwanthalerhöhe

With a well thought-out communication concept, the agency Bloom from Munich creates more awareness for the shopping center in the heart of Munich's Westend.

Forum Schwanthalerhöhe opened in summer 2019 with numerous stores and restaurants as well as changing pop-up stores. But the establishment phase before the pandemic was too short and so the parent company HBB from Hamburg contracted Bloom with a consistent communication concept to increase the awareness of the forum.

For this purpose, the agency conceived an image-rich lead campaign. The basic idea emphasizes the unique and diverse shopping character of the Forum: different collages of theme-related goods, all of which are available at the Forum, form different faces and thus stand for the diversity of the entire range. From this, the Bloom team adapted motifs to suit the various communication occasions, such as Halloween, Christmas or the Munich Oktoberfest, which takes place right outside the shopping center on Theresienwiese.

Bloom used these motifs as part of the campaign in a wide variety of on- and offline advertising materials, and designed dust protection walls, floor stickers and the new map of the center. The agency also took over the payout of the campaign on Google and Meta and successfully ensured awareness in the core target group with precise targeting.

[www.bloomproject.de](http://www.bloomproject.de)

