

Pressemelding:

Ansatte laget reklame for Oslo City



(19.oktober 2009) Da det Vital-eide kjøpesenteret Oslo City skulle lansere en ny reklamekampanje, brukte senterlederen en kampanje tegnet av senterets butikksjefer. Det er aldri blitt gjort før i Norge.

– Vi skal være litt nyskapende og uredde hos oss. Det hele startet på en butikksjefsamling i fjor sommer, sier senterleder Trond Herberg.

Han forklarer:

– Der var oppgaven: "Lag en kampanje for Oslo City". Vanligvis er det reklamebyråer som lager våre kampanjer, men flere av sluttresultatene var så gode at vi bestemte oss for å bruke dem.

– Ikke bare var forslagene godt laget, men ved å bruke dem er vi med på å bygge merkevaren Oslo City internt, samtidig som vi skal styrke det interne samholdet blant de ansatte. Det siste er vel så viktig som selve kampanjen, sier han.

Kan bli flere kampanjer

Etter det senterleder Trond Herberg (bildet) kjenner til, er det første gang et kjøpesenter bruker en større reklamekampanje laget av senterets ansatte.

– Jeg ser ikke bort fra at vi kommer til å gjøre flere lignende stunt i tiden framover. Vårt mål er selvsagt å ha et bredt handletilbud til våre 12 millioner besøkende årlig, men vi skal ikke glemme at de ansatte skal trives og være stolte av arbeidsplassen sin.

Medarbeiderundersøkelser viser at senteret har blant de mest fornøyde ansatte blant de største kjøpesentrene i Norge, sier Herberg.

Kampanjen bli synlig på Oslo City og i store deler av Oslo sentrum fra 19.-26 oktober.

Kontaktperson: Trond Herberg, tilf 913 35 996