

# Schäfchenweiche AUTOWÄSCHE

Kann man mit einem Schaf Werbung für Autowäsche machen? Geht das? Es geht – meint Tamoil und will mit „Shaun das Schaf“ neue Zielgruppen erschließen.

TEXT: ALFRED KIRST FOTOS: TAMOIL, CHRIST WASH SYSTEMS

Shaun das Schaf ist der Held einer britischen Animationsserie, die seit 2007 auch auf deutschen TV-Kanälen zu sehen ist. Auch ins Kino hat es Shaun bereits geschafft. Verschmitzt und einfallsreich ist Shaun als Anführer einer kleinen Herde immer offen für neue Ideen und muss

die oftmals allzu menschlichen Verhaltensweisen seiner Herde mit ungewöhnlichen Lösungen geraderücken.

Für mindestens zwei Jahre wird Shaun nun auch die Frontfigur für alle HEM-Waschanlagen.

Doch wie ist Tamoil nun ausgerechnet auf Shaun das Schaf gekommen? Auf unsere Anfrage hin teilt uns Tamoil mit, dass bereits 2019 Ausschau nach einem

neuen Key Visual gehalten wurde. Das bisherige Waschmotiv, das Entchen, war von vielen Anbietern genutzt worden und daher nicht mehr einzigartig, auffällig und attraktiv genug. „Während wir unsere Auto-

Shaun  
das  
Schaf®



©Shaun the Sheep and Shaun's Image are ™ Aardman Animations LTD. 2020

waschanlagen immer weiter modernisieren, hatte die Waschwerbung einen dringenden Nachholbedarf an Frische und Esprit. Auf der Suche nach einem sympathischen neuen Werbeauftritt hatten wir einen Geistesblitz: Unsere modernen, supersanften Textilbürsten passen einfach wunderbar zum kuschlig flauschigen Fell von Shaun, und so sind wir aufs Schaf gekommen. Shaun ist fröhlich, dynamisch und lustig und passt genau in die HEM-Markenswelt. Wir differenzieren uns sympathisch mit Shaun von den Mitbewerbern und freuen uns über die positiven Abstrahleffekte des kleinen Helden auf unsere Marke“, so Kommunikationschefin Marion Menken.

### **Zielgruppe ist die Familie**

Dabei arbeitet die WDR mediagroup als Lizenzvermarkter, Aardman Animation als Rechteinhaber und Tamoil als Lizenznehmer Hand in Hand. Nicole Baetke, verantwortlich für Werbung und Design bei der Deutschen Tamoil freut sich über die Lizenz-Kooperation: „Mit unseren mehr als 300 modernen Autowaschanlagen werden jährlich Millionen von Autos gewaschen. Nahezu alle sind mit extra lackschonenden, weichen Textilbürsten ausgestattet. Shaun hat eine sehr hohe Markenbekanntheit und passt mit seinem flauschigen Fell perfekt zu uns und unseren Waschanlagen. Mit ihm können wir die besondere Zielgruppe „Familie“ humorvoll ansprechen, ihr die Vorzüge unserer Waschanlagen näher bringen und so alle Familienmitglieder zu Shaun- und HEM-Fans machen.“ In den nächsten Monaten wird es eine Vielzahl an unterschiedlichen Plakaten, Stickern und Promotionaktionen geben, wie zum Beispiel Gratis-Eis im August, Social-Media-Kampagnen, attraktive Loyalty-Programme im Oktober 2020 und Eyecatcher, wie eine überdimensional große aufblasbare Figur auf den Dächern der Waschanlagen.

### **Kuschlig, sanft und lackschonend**

Drei knackige Adjektive, die von technischer Seite erfüllt werden müssen. 85 Prozent der HEM-Waschanlagen stammen von Christ Wash Systems. Stefan Schwarzer, Verkaufsleiter / KAM bei Christ: „Die Besonderheit im Waschkonzept der Tamoil ist, dass die Maschinen mit textilem Waschmaterial Sensotex+ betrieben werden. Der Anpressdruck der Seitenwalzen wird durch die Christ-Gelenkeinrichtung ganz gleichmäßig auf die Fahrzeugfläche verteilt. Durch diese Premium-Technologie reduziert sich die Eintauchtiefe des Waschmaterials von zehn auf nur vier Zentimeter. Das Waschmaterial gleitet ganz sanft über den Fahrzeuglack und die textilen Fasern erhöhen den Glanzgrad auf der Lackoberfläche. In der Vorwäsche wird anhaftender Schmutz wie Insekten konzentriert angelöst und mit der Hoch-

druckvorwäsche vor der mechanischen Walzenwäsche vom Lack entfernt. Dies gewährleistet eine gleichsam schonende und effektive Fahrzeugwäsche.“

Bereits seit 2005 arbeiten die beiden Unternehmen zusammen und für Tamoil ist diese Zusammenarbeit geprägt von gutem Service, technischer Zuverlässigkeit und einem hohen Innovationsgrad. Für Christ ist die Zusammenarbeit intensiv, fordert Tamoil doch immer neuste Technologien. Auf Basis dieser Zusammenarbeit startet an den HEM-Tankstellen nun mit „Shaun das Schaf“ eine Kampagne, die den Autofahrern einen bisher eher ungewöhnlichen Zugang zur Autowäsche beschert. Denn sie macht sich den hohen Bekanntheitsgrad des berühmtesten TV-Schafs zunutze und geht mit Witz über den üblichen Tellerrand der Branche hinaus. ■



Stefan Schwarzer, Verkaufsleiter/KAM bei Christ, weiß, worauf es bei Tamoil ankommt: modernste Waschtechnik ist hier gefragt.