

Pressemitteilung

Building the Future: Integrierte Kommunikation für den Bau des neuen Terminal 3 am Flughafen Frankfurt

Frankfurt am Main, 17. Oktober 2017 – Die Eröffnung ist für das Jahr 2023 geplant. Die Kommunikation für das neue Terminal 3 des Frankfurter Flughafens hat bereits begonnen. „Building the Future“ lautet die programmatische Überschrift des integrierten Kommunikationskonzeptes für die Begleitung des Bauprojekts an Deutschlands größtem Flughafen.

Entwickelt haben das Konzept im Auftrag des Flughafenbetreibers Fraport AG die Kommunikationsagentur A&B One aus Frankfurt, deren Berliner Digitaltochter A&B One Digital und Kreativpartner „where is the beef?“ aus Hamburg. „Der erste Schritt zielt darauf, alle relevanten Stakeholder über eines der größten privatfinanzierten Infrastrukturprojekte Europas zu informieren und die Aufmerksamkeit darauf sukzessive zu steigern, während man auch dem Baufortschritt multimedial folgen kann. Terminal 3 ist für die Positionierung des Frankfurter Flughafens als das deutsche Tor zur Welt im internationalen Wettbewerb von großer Bedeutung“, beschreibt Christian Engel, seitens der Fraport AG verantwortlich für die Kommunikation zu Terminal 3, die Aufgabenstellung der Kommunikation in der Frühphase des Projektes. Das Kommunikationsprojekt umfasst neben Werbung und digitaler Kommunikation auch klassische PR sowie Krisenkommunikation.

„Building the Future“ – programmatische Headline der Kampagne

Zunächst wurden die Grundlagen für die vielfältigen und zum Teil sehr unterschiedlichen kommunikativen Anforderungen erarbeitet. Das reicht von der Print- und Digitalbroschüre und einem neuen Internet-Kanal über Flyer, Roll-ups für die Eventkommunikation bis hin zu präventiven Maßnahmen auch für den Umgang mit möglichen kritischen Themen. „Es gibt nicht viele Projekte dieser Komplexität. Das gilt auch für die Kommunikation“, betont der projektverantwortliche A&B One-Geschäftsführer Hartwin Möhrle die Vielfalt der Anforderungen, die im Rahmen eines solchen Projekts auf die Kommunikatoren zukommen.

Der Startpunkt für die Umsetzung der ersten Maßnahmen war die ITB Berlin im März 2017. Zum besonderen Anziehungspunkt der Eventkommunikation im Laufe des Jahres avancierte das Terminal 3-Browsergame. Das Online-Game erlaubt kurzweiligen Spielspaß und ermöglicht den Nutzern, an der ersten Baumaßnahme von Terminal 3, dem Trockenaushub, mitzuwirken. Konzipiert wurde das Bagger-Spiel von der Agentur in Zusammenarbeit mit den Online-Game-Entwicklern Dutyfarm.

Rollout der Announcement-Kampagne

Seit August dieses Jahres rollt die Fraport AG die Announcement-Kampagne zum neuen Terminal 3 zunächst auf den Werbeflächen am Flughafen selbst aus. Das aufmerksamkeitsstarke Keyvisual, die leuchtende, futuristisch anmutende

Silhouette von Terminal 3, in Kombination mit der Headline „Building the Future“ und dem Claim der Fraport AG „Gute Reise! We make it happen“, zeigen unmissverständlich: Hier wird Zukunft gebaut. Die Kampagne wurde von der Hamburger Werbeagentur „where is the beef?“ in Zusammenarbeit mit A&B One entwickelt. Zu sehen sind die Motive in Terminal 1 und 2 des Flughafens auf großflächigen Formaten, Lightboxen sowie animierten und statischen Werbeflächen an den Gepäckbändern. Highlight im doppelten Wortsinne wird im nächsten Schritt die Bespielung eines so genannten TriTowers, einem 30 Meter hohen Werbeturm mit jeweils drei 90 Quadratmeter großen hinterleuchteten Flächen zwischen Terminal 1 und der A3 – nicht zu übersehen für Passagiere und Abholer, die mit Auto, Taxi oder Bus zum Flughafen fahren. „Wir kommen mit Faszination zur Information“, skizziert Henk Slagman, kreativer Kopf des Teams, den Ansatz der ersten Bewerbungsphase.

Storytelling – Geschichten von der Baustelle

Ein Schwerpunkt der Terminal 3-Kommunikation liegt auf der kommunikativen Begleitung des Baugeschehens: Seit dem 20. September 2017 ist zu diesem Zweck der neue Webauftritt von Terminal 3 online, der einen Einblick in die verschiedenen Bauabschnitte des Projekts gibt. Hierzu entwickelte das Fraport-Team mit Hilfe der Agentur einen Content-Marketing-Ansatz. Das Ergebnis: Ein Storytelling-Format, das anhand fortlaufender Geschichten über den Baufortschritt informiert und optisch wie inhaltlich aus dem bisherigen Web-Angebot der Fraport AG ausbricht. Das Format reicht von spannenden Details über den Spezialtiefbau, wissenswerten Hintergrundberichten und Interviews bis hin zu Informationen über den Bau der Verkehrsanbindung und der zukünftigen Gestaltung von Terminal 3. Es handelt sich hierbei um einen dynamischen Erzählkanal, der bis zur Eröffnung des neuen Terminals im Jahr 2023 kontinuierlich aktualisiert und inhaltlich weiterentwickelt wird. Klassische Text-, Bild- und Videoformate werden ergänzt um 360-Grad-Animationen sowie interaktive Infografiken.

Die Seite ist unter www.terminal3.info oder über www.frankfurt-airport.com abrufbar.

Pressekontakt

Hartwin Möhrle
A&B One Kommunikationsagentur GmbH
Wiesenhüttenstraße 11
60329 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 92110-0
Telefax: + 49 69 92010-408
Mobil: +49 172-6364582
E-Mail: presse@a-b-one.de

Als „Community der Spezialisten“ vereint A&B One analytische, strategische und kreative Kompetenzen aus PR, Werbung, Design, Digitaler Kommunikation sowie Marktforschung mit operativer Kampagnenfähigkeit. A&B One gehört zu den mehrfach disziplinenübergreifend ausgezeichneten Kommunikationsagenturen in Deutschland. Die 1993 gegründete Agentur beschäftigt insgesamt 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Standorten Berlin und Frankfurt am Main.