



Fot.: M. Holiat

Zaczął się od zachwalania jogurtów

Kolorowe tramwaje

GŁOS S202. 24.02.90r. Nr. 48

Przed laty można było rozpoznać duże miasta po kolorach tramwajów. Po krakowskich ulicach jeździły niebieskie wagony, poznańskich zielone, w Szczecinie mknął po szynach czerwony tabor. Dziś nie można już mówić o charakterystycznych, „miejskich” barwach – kolorowe tramwaje stały się bowiem jednym z najpopularniejszych nośników reklam.

- Reklama na wagonie tramwajowym jest wyjątkowo atrakcyjna – podkreśla Barbara Hołowacz-Zagórska, kierownik Działu Obsługi Handlowej w Miejskim Zakładzie Komunikacyjnym w Szczecinie. – Tramwaj przez cały czas zmienia miejsce, jest oglądany przez wielu ludzi.

Wydzierzawianie tramwajów jako nośnika reklam nie jest najnowszym pomysłem. Szczeciński przewoźnik miał już klientów pod koniec lat osiemdziesiątych, ale dopiero po kilku latach rozpoczął działalność na własną rękę. – Wypowiedzieliśmy umowę pośrednikowi i sami zaczęliśmy zarabiać. Zajęliśmy się działalnością wykraczającą poza statutową, powstała więc konieczność utworzenia odpowiedniego działu. W październiku 1991 roku uruchomiliśmy Dział Obsługi Handlowej. Pierwszy wagon wyjechał w

miasto z reklamą jogurtów. Dziś reklamowane są słodycze, kosmetyki, lody, sprzęt oświetleniowy i komputerowy, prasa, radio, systemy grzewcze. Swoje usługi zachwalają biura turystyczne, sklepy, firmy usługowe i wiele innych.

Klient może zamówić cały lub połowę wagonu bądź jedno z pół reklamowych. Cena zależy od typu tramwaju. Za wynajęcie na rok wagonu „przegubowca” 102N trzeba zapłacić 6 tys. zł plus VAT. O tysiąc złotych mniej kosztuje umieszczenie reklamy na wagonie typu „105”. Czas ekspozycji reklamy może być jednak znacznie krótszy. Miesięczna dzierżawa boku wagonu kosztuje 440 zł. Za cztery tygodnie zajęcia najbardziej atrakcyjnego pola, od strony wejścia, między pierwszymi (obok motorniczego) a środkowymi drzwiami trzeba zapłacić 150 zł. Większe firmy decydują się jednak

na wydzierzawienie wagonu na dłuższy czas. Firma „Camel” zażyła sobie dwunastu wagonów na trzy lata. Reklamy „West” i „Golden American” jeździły na ośmiu wagonach o rok krócej.

MZK ma także propozycje dla „skromniejszych” klientów. Mogą zamówić miejsce wewnątrz tramwaju. Naklejenie na szybę plakatu formatu A3 kosztuje dziennie 88 groszy, A4 – 44 grosze, A5 – 22 grosze. Na taką reklamę decydują się m.in. szkoły językowe, firmy organizujące różnego typu kursy. Szczeciński przewoźnik podpisał umowę z firmą z Poznania na specjalne ramki, zabezpieczające informacje przed niszczeniem. – To uprawdzie trochę droższa propozycja, ale gwarantuje reklamom dłuższy żywot – zapewnia pani kierownik. – Tak ogłasza się co tydzień np. „Pani Domu”.

Po szczecińskich torowiskach jeździ około 70 kolorowych, „reklamowych” wagonów. Już wkrótce będzie można wykorzystać powierzchnię reklamową na niemieckich wagonach, które uzupełnią miejski tabor. Ponoć są już chętni. Pierwszy klient zamówił dwa wagony...

ANETA KLONOWSKA