Informacja prasowa

Warszawa, 20.10.2025 r.

**MediaPlus i Labcon z nową kampanią dla Bosch**

**Marka Bosch wystartowała z kampanią linii wycieraczek „Bosch Twin Truck”, skierowaną przede wszystkim do właścicieli zarządzających flotami oraz osób odpowiedzialnych za zakupy i bezpieczeństwo pojazdów w firmach transportowych. Działania komunikacyjne przypominają o znaczeniu sprawnych wycieraczek dla bezpieczeństwa jazdy w warunkach ograniczonej widoczności jesienią. Za realizację kampanii na polskim rynku odpowiadają działające w modelu House of Communication spółki Group One - agencja mediowa MediaPlus odpowiedzialną za strategię, planowanie i zakup mediów oraz agencja Labcon relevant stories, która przygotowała koncepcję kreatywną.**

Koncepcja kreatywna przygotowana przez Labcon świadomie przełamuje dotychczasowy stonowany styl komunikacji marki na rzecz storytellingu z wykorzystaniem humorystycznych akcentów. Motyw łosia odwołuje się do realnych zagrożeń na trasie (dzika zwierzyna, nieprzewidywalne sytuacje) i w prosty, zapamiętywalny sposób komunikuje kluczową korzyść “Bosch Twin Truck”: lepsza widoczność = więcej czasu na reakcję. Hasło „Wycieraczki Truck. Bo dobrze widzieć łosia” wzmacnia przekaz bezpieczeństwa, a jednocześnie buduje angażujące brand story dla branży transportowej.

Działania mediowe obejmują wykorzystanie OOH wzdłuż kluczowych tras tranzytowych i w pobliżu węzłów logistycznych oraz precyzyjne dotarcie do właścicieli i zarządzających flotami oraz osób decyzyjnych po stronie firm w kanałach digital direct, w tym emisje mobile-first w aplikacji Yanosik, natywne audycje w Radiu Yanosik oraz formaty rich media.

Kampania jest częścią długofalowej współpracy MediaPlus Warsaw z Bosch, którą objęła budżet mediowy z Polsce po wygranym przetargu Mediaplus International na 38 rynków i 10 jednostek biznesowych (m.in. Power Tools, Home Comfort, Mobility Aftermarket, eBike, Smart Home, Corporate, Rexroth, ITK Engineering, Energy and Building Solutions). MediaPlus odpowiada za strategię, planowanie i zakup mediów do kampanii. Koncepcję kreatywną na rynek Polski przygotowała agencja Labcon relevant stories. Kampania potrwa do końca listopada 2025 r.

\*\*\*

**Labcon - Relevant Stories**

Labcon to agencja tworząca komunikację, która angażuje konsumentów. Nagradzana w konkursach takich jak: Effie Awards (3 srebrne statuetki), MIXX Awards (złoto, brąz i wyróżnienie), Innovation Awards (brąz), Złote Spinacze (2 x złoto, srebro, brąz), Young Creatives Cannes (2 x nagroda główna) oraz w konkursie Klubu Twórców Reklamy (srebrny miecz). Wyróżniona nagrodą specjalną Międzynarodowego Festiwalu Kreatywności Golden Drum. Dzięki szerokim kompetencjom (strategia, social media, influencer marketing, PR, branding) Labcon tworzy rekomendacje przez pryzmat potrzeb klienta, a nie wąskiej specjalizacji.

**MediaPlus***The Perfect Match*

Wielokrotnie nagradzany dom mediowy obsługujący klientów takich jak: Polkomtel, BMW i MINI, Lenovo, Motorola, Allianz czy home.pl. Został wyróżniony tytułem “Rosnąca Siła” w raporcie “Agencje Reklamowe i Domy Mediowe 2024” redakcji "Media Marketing Polska". W latach 2022 i 2024 objął pozycję dominującą w światowym rankingu RECMA. Firma trzy lata z rzędu otrzymała tytuł “Zaufanie Roku” oraz raz „Sukces Roku” magazynu PRESS. Mediaplus jest częścią Serviceplan – największej niezależnej grupy komunikacji marketingowej w Europie oraz Mediaplus International z siedzibą w Berlinie. Dzięki wymianie wiedzy z zagranicznymi partnerami i wieloletniemu doświadczeniu na polskim rynku spółka z sukcesami realizuje strategie i działania mediowe dla krajowych i globalnych marek.

Dodatkowe informacje:

Szymon Ślęzak | Senior PR & Creative Specialist Group One

szymon.slezak@groupone.com.pl | +48 539 090 705