

Der Herz-Po erobert neue Herzen:

Kontakter Client Award für die I love Water-Print-Kampagne

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, November 2010

Der Herz-Po erobert neue Herzen: Die I love Water-Kampagne für Geberit AquaClean wurde vom Fachmagazin „Der Kontakter“ jetzt auch zur Print-Kampagne der Woche gekürt. Juror Julian Wicht, Bereichsleiter Marketing Deutschlandcard, München, findet die Printmotive der Kampagne „klar, direkt und sympathisch“. Ziel der gesamten I love Water-Initiative ist es, den Kulturwandel auf deutschen Toiletten hin zur Reinigung mit Wasser voranzutreiben. Verantwortlich für die mittlerweile in fünf europäischen Märkten laufende Imagekampagne sind Anke Mosbacher, Head of Geberit AquaClean, Geberit AG, CH-Jona, sowie Kerstin Schnyder, Gesamtleiterin Consulting, und Oliver Glutz von Boltzheim, Art Director, beide Agenturgruppe Young & Rubicam, Schweiz.

„Innovationen sind im sanitären Umfeld eher selten – spätestens seit Regenwaldduschen und Sprudelbadewannen in den heimischen Wellnesstempel Einzug gehalten haben. Das WC hat sich dabei außer in Design-Details nicht verändert. Hier setzt Geberit nun auf eine Innovation mit Wasserkraft. Aber wie verkauft man eine Innovation am (im) WC? Am besten klar, direkt und sympathisch. Das ist Geberit hier sehr gut gelungen!“ urteilt Julian Wicht.

Geberit AquaClean. Das WC, das Sie mit Wasser reinigt, ist 2010 kommunikativ weiter durchgestartet. Im Jahr zwei nach Markteinführung wurden die Print- und Online-Maßnahmen der Dachkampagne um TV-Werbung ergänzt. In zwei Wellen, für insgesamt sechs Monate wurde der I love Water-TV-Spot mit Barbara Becker in attraktiven Sendeumfeldern auf ARD, ZDF, RTL, SAT 1, n-tv, N24 und tele 5 ausgestrahlt.

Die Kernbotschaft „I love Water“ beweist auch im lokalen Kommunikationsmix Durchgängigkeit. Sie erscheint auf Broschüren und Direct Mailings, auf www.i-love-water.de und Give-aways, in den Ausstellungen der Geberit AquaClean Marktpartner sowie auf Publikums- und Fachmessen.

Bildunterschriften:

[Geberit Print Kampagne I love Water.jpg]

Die Liebe zum Wasser steht im Mittelpunkt der Geberit AquaClean Print-Kampagne 2010.

[Geberit AquaClean Badezimmerwelten.jpg]

Ein WC als Hero: Geberit AquaClean treibt den Kulturwandel im modernen Bad voran, macht aus der Nasszelle eine Wohlfühl-Oase.

Pressekontakt:

Geberit Vertriebs GmbH
Theuerbachstraße 1
D-88630 Pfullendorf

Karin Degner
Leiterin PR & Media Relations

Telefon +49 7552 934274
Telefax +49 7552 934-99274

karin.degner@geberit.com

www.geberit.de, www.i-love-water.de