

Donnerstag, 17. Juli 2008

Beyer Chronometrie setzt auf Freischaffende

Das Zürcher Uhrengeschäft Beyer Chronometrie an der Bahnhofstrasse hat sich die Idee zur neuen Werbekampagne gleich selber einfallen lassen. «Nicht zuletzt weil das Geschäft in der siebten Generation von René Beyer geführt wird, soll die Kampagne das familiäre Ambiente sympathisch und traditionell abbilden», schreibt das Fachgeschäft zu diesem Thema in einer Mitteilung vom Donnerstag. Für die Umsetzung gings dann aber doch nicht ohne Profis: Beyer holte Freischaffende an Bord: Unter der Regie von Simone Bischofberger-Gumpp (Leiterin Marketing Kommunikation Beyer) entwickelten Adrian Hablützel (Art Director) und Matthias Mächler (Texter) eine Inserate-Serie in schwarz-weiss mit dem Titel «Alle Zeit der Welt - seit 1760».

Ziel der Kampagne ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades und des familiären Images mit «unaufgeregten, sympathischen, einladenden Sujets» (Bischofberger-Gumpp). Vorerst werden zwei Hauptsujets geschaltet (Golduhr, Familie). Sie erscheinen ab sofort ganzseitig in Sonntags- und Lifestyle-Medien. Später werden weitere Sujets dazu kommen.

Argus Ref 32008748