

# Familiäre Kampagne für ein edles Uhrengeschäft

An der Zürcher Bahnhofstrasse geht man neue Wege: Beyer Chronometrie, das älteste Uhrengeschäft der Schweiz, heckte die Idee für die neue Werbekampagne selber aus. Nicht zuletzt, weil das Geschäft in der siebten Generation von René Beyer geführt wird, soll die Kampagne das familiäre Ambiente sympathisch und traditionell abbilden.

Für die Umsetzung holte Beyer Freischaffende an Bord. Unter der

Regie von Simone Bischofberger-Gumpp (Leiterin Marketing Kommunikation Beyer) entwickelten Adrian Hablützel (Art Director) und Matthias Mächler (Texter) eine Inserateserie in Schwarz-Weiss.

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 ganzseitig in Sonntags- und Lifestyle-Medien. In den Folgemonaten werden weitere Sujets dazukommen.

Verantwortlich bei Beyer Chronometrie: Simone Bischofberger-Gumpp (Idee, Konzept); Umsetzung: Adrian Hablützel (AD, Konzept), Matthias Mächler (Text, Konzept), Katrin Walther (Fotografie), Mirjam Kaiser (Styling), Red Department (Bildbearbeitung). (per)

*Alle Zeit der Welt - seit 1760.*

**BEYER**

«Alle Zeit der Welt - seit 1760»: Ein Familienbetrieb.