
JOCHEN SCHWEIZER SETZT ERSTMALS AUF MARKENBILDUNG IN TV-KAMPAGNE

25.08.2016 – **TEXT**

Gründer Jochen Schweizer als Markenbotschafter und Erlebnisexperte



Jochen Schweizer als Testimonial in den TV Spots
2016

München, 25. August 2016. Die Jochen Schweizer Unternehmensgruppe setzt erstmals in ihrer über 25-jährigen Firmengeschichte auf eine markenbildende TV-Kampagne mit Gründer und Markenbotschafter Jochen Schweizer als Testimonial. Die zwei neuen TV-Spots stellen das Markenversprechen „Jochen Schweizer = Erlebnis“ in den Vordergrund und beantworten die beiden Fragen „Was erlebe ich in meiner Freizeit“ sowie „Was schenke ich?“. Dabei greift der Unternehmer Jochen Schweizer in den Spots Erkenntnisse aus der Glücksforschung auf. Die Kernaussage: „Erlebnisse machen nachhaltig glücklicher als gegenständliche Dinge“. Der neue

Fokus auf die Marke ist auch Ausdruck eines starken Selbstbewusstseins des Marktführers für Erlebnisse zum Verschenken und Selbererleben, basierend auf einer hohen Markenbekanntheit und kontinuierlich zweistelligen Wachstums in den letzten Jahren.

„Jochen Schweizer steht seit über 25 Jahren für ehrliches, authentisches Erleben. In den letzten Jahren haben wir deshalb vor allem unsere Produkte, die Erlebnisse, in unserer Kommunikation in den Vordergrund gestellt“, sagt Jochen Schweizer, Gründer und Active Chairman der Jochen Schweizer Unternehmensgruppe. „In diesem Jahr liegt der Schwerpunkt erstmals auf der Markenkommunikation. Dadurch können wir dem Zuschauer auf glaubhafte und nachvollziehbare Weise nahebringen, warum Erlebnisse so nachhaltig und wichtig sind.“

Nachdem man in den letzten Jahren sehr erfolgreich an der Steigerung der Markenbekanntheit gearbeitet hat, steht jetzt eine stärkere Profilierung der Marke mit Hilfe der neuen TV-Markenkampagne im Fokus. Aktuell kennen laut eigenen Studien, durchgeführt in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut GfK, die deutliche Mehrheit der Deutschen die Marke Jochen Schweizer. In der für die Unternehmensgruppe hauptsächlich relevanten Zielgruppe der 25- bis 59-jährigen sind es sogar knapp drei Viertel.

Die Sommer-Kampagne mit einem 30-Sekünder, einem 20-Sekünder und mehreren Produktnachklappern zwischen 10 und 15 Sekunden läuft seit 23. August. Die Weihnachts-Kampagne mit eigenem Spot ist identisch aufgebaut und wird im November on air gehen. Beide Kampagnen werden auf den Sendern der Mediengruppe RTL und der ProSiebenSat.1 Gruppe zu sehen sein. Begleitet werden die TV-Spots zusätzlich durch eine angelegte Social Media Kommunikation.

Zusatzinformationen

Verantwortliche Agentur: +KNAUSS GmbH

Creative Director: Thies Schuster, Jan Knauss

Regie: Frank Brendel

Kamera: Peter Meyer

Film-Produktion: Sterntag Film GmbH