



## **Zielpunkt punktet.**

### **Und der Sparstrumpf übernimmt den Lead der TV-Kampagne!**

(Wien, 20.05.2009; Zielpunkt): *Der Sparstrumpf aus dem Hause PKP proximity übernimmt den Lead in der neuen TV-Kampagne von Zielpunkt. Diskont-Werbung kann auch sympathisch sein – die Umfragewerte zur neuen Werbelinie beweisen es.*

Der Relaunch der Zielpunkt-Werbekampagne im Oktober letzten Jahres ist ein durchschlagender Erfolg geworden. Hauptverantwortlich dafür ist das neue Zielpunkt-Testimonial Sparstrumpf. Der sympathische und etwas vorlaute beste Freund von Lilli hat den absoluten Blick für die besten Preise im heimischen Lebensmitteleinzelhandel. „Wir waren von Beginn an vom Potenzial unseres neuen Testimonials überzeugt“, lässt Mag. Jeanne Lighthart, Marketingleiterin bei Zielpunkt wissen. „Dass der sympathische Strumpf mit seinen Spartipps aber derart gut ankommt, hat sogar uns ein wenig überrascht. Mittlerweile ist eine sehr aktive Fangemeinde entstanden.“

Aber die Kampagne funktioniert auch in andere Hinsicht: puncto Repositionierung und Markenimage liefert der Sparstrumpf hervorragende Werte. Zielpunkt ist als Diskont-Supermarkt im „relevant set“ der Konsumenten wieder ein wichtiger Faktor – und die Qualitäts- und Preisoffensiven im Sommer werden diese Position noch festigen. Aber mehr wird nicht verraten...

Die neuen Spots sind zu sehen unter:

[www.youtube.com](http://www.youtube.com) Zielpunkt Hans+Franz, Zielpunkt Herbert, Zielpunkt Hildegard, Zielpunkt Susi

On air ab dem 20. Mai 2009

**Auftraggeber:** Zielpunkt GmbH & Co KG

**Marketingleitung:** Mag. Jeanne Lighthart

**Marketing Manager:** Sandra Ruppi



**Credits:**

Geschäftsführung PKP proximity: Josef Mayerhofer

Creative Head: Roman Sindelar

Creative Director: Jörg Schorn

Text: Herbert Zgubic

Art Director: Peter Hirth

Grafik: Karoline Dlugos

Account Director: Heidi Kramess

Filmproduktion: JERKfilms

Tonstudio: Cosmix