



Hans Krankl ist der neue Zielpunkt-Markenbotschafter: „Genau was ich brauch“

- Österreichisches Idol wirbt für heimischen Nahversorger
- Sport-Legende Hans Krankl steht im Fokus der neuen Werbekampagne für Zielpunkt
- „Genau was ich brauch“ kommuniziert Sortimentsbreite, Markenvielfalt und Qualität
- „Wir bieten ein punktgenaues Sortiment ohne Schnick-Schnack“

(Wien, 8. Oktober 2010): Der heimische Diskont-Supermarkt Zielpunkt untermauert seine Positionierung als Nahversorger mit preiswerten Markenangeboten im Osten Österreichs auch mit der neuen Werbelinie: Ab sofort wirbt die heimische Sport-Legende Hans Krankl für das Unternehmen im Fernsehen, in Printmedien sowie zukünftig auch im Rahmen von Social Networking Plattformen wie Facebook. Hans Krankl wird den Konsumenten auch direkt am POS ‚begegnen‘. Der Slogan „Genau was ich brauch“ führt durch die Kampagne und zielt auf die angebotene Sortimentstiefe, Markenvielfalt, Preisgestaltung und Qualität des heimischen Nahversorgers sowie die generelle Neuausrichtung bei Zielpunkt ab.

Hans Krankl findet „genau was er braucht“ bei Zielpunkt. Hans Krankl – ebenso sympathisch wie glaubwürdig – erreicht mit dieser Botschaft Zielgruppen aller Altersklassen (Ziel-)punktgenau. In ebenso unterhaltsamer wie authentischer Weise wird Hans Krankl im Rahmen der Kampagne vermitteln, „was er braucht“. Krankl als mittlerweile „begeisterter Großvater“ umsorgt seine Familie nicht nur in der Werbung sondern auch „im echten Leben“.

Gesucht: Markenbotschafter zur Stärkung des Markenbildes als österreichischer Nahversorger Gefunden: Hans Krankl

„Wir freuen uns sehr, ein echtes österreichisches Original als Botschafter für Zielpunkt gewonnen zu haben“, freut sich Zielpunkt-Chef Jan Satek über die neue Kampagne. „Krankl ist ein Idol mit einem Bekanntheitsgrad von nahezu 100 Prozent.“ Zielpunkt konzentriert sich mit seinem Filialnetz auf den Osten Österreichs und ist mit insgesamt 304 Filialen in Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, dem Burgenland, der Steiermark und Kärnten vertreten.

Als Nahversorger lässt Zielpunkt die klassischen ‚Greissler-Werte‘ wie Nähe, Konzentration auf das Wesentliche und Frische zum besten Preis wieder hochleben. Hans Krankl wird in der Kampagne als „prototypischer Österreicher“ und „Genuss-Mensch“, der „darauf achtet, was er kauft“, eingesetzt. Hans Krankl ist ein ausgewiesener Familienmensch, dem das Wohlergehen seiner Familie am Herzen liegt. „Deswegen gehe ich auch selbst für meine Familie einkaufen. Ich mag es,



wenn ich genau das, was ich brauche, leicht finde und auch noch zu tollen Preisen bekomme“, erklärt Hans Krankl sein Engagement als Werbe-Gesicht. Hans Krankl wird in seinem täglichen Leben – in dem naturgemäß das Einkaufen von Lebensmitteln an der Tagesordnung steht – gezeigt.

„Genau was ich brauch“

Das preiswerte Vollsortiment inklusive der qualitativ herausragenden Fleisch- und Wurstspezialitäten des steirischen Fleischers Schirnhofner werden nunmehr ebenfalls unter dem Slogan „Genau was ich brauch“ kommuniziert. „Der Umstand, dass unser Sortiment sowohl bei der Markenvielfalt als auch bei der Artikelanzahl von Handelsmarken an das des Mitbewerbes herankommt, gehört breit hinausgetragen“, erklärt Satek seine Absichten. Zielpunkt evaluiert gerade sein bestehendes Sortiment und wird dieses teilweise neu ausrichten – die Gesamtartikelanzahl von rund 4.800 Stück bleibt aber bestehen. Neu im Sortiment des Nahversorgers ist die Bio-Eigenmarke ‚natürlich für uns‘, die aus heimischen Zutaten und überwiegend von mittelständischen österreichischen Produzenten hergestellt wird.

Was Lebensmittel mit einer glücklichen Partnerschaft zu tun haben?

Essen und Trinken ist für die Österreicher nach einer glücklichen Partnerschaft und einem sicheren Arbeitsplatz sehr wichtig und kaum ein Thema wird so emotional diskutiert. Der subjektive Stellenwert des guten Essens und Trinkens hat sich in den letzten Jahren sogar erhöht.* Frische und Geschmack sind die wichtigsten Qualitätskriterien der Österreicher – und diese Parameter finden sich bei Zielpunkt. „Hans Krankl steht als Ex-Fußballer und heimisches Idol für ein beständiges Familienleben und die Auseinandersetzung über das, was in den Einkaufskorb kommt.“

Zielpunkt Kunden lieben Hans Krankl

„Unsere Kunden haben sich ganz klar für Hans Krankl als Testimonial entschieden“, erklärt Satek die Wahl des Presenters. Eine Umfrage bei 400 Zielpunkt Kunden im Raum Wien im August ergab, dass Hans Krankl über „Traumwerte im Bereich Bekanntheit und Beliebtheit“ verfügt.

Die ungestützte Bekanntheit von Hans Krankl liegt bei 94 % - gestützt steigt diese auf 98 % an. Neun von zehn Befragten finden, Hans Krankl ist ‚sehr‘ bzw. ‚überwiegend sympathisch‘ und ‚charmant‘. Auch die Vertrauensfrage entscheidet der ehemalige Spitzen-Fußballer ganz klar für sich: 89 % vertrauen darauf, dass Hans Krankl ein Familienmensch ist.

Als Familien- und Privatmensch zeigt sich der heimische Star auch in der Werbeline für Zielpunkt: Auch seine Geradlinigkeit und sein Humor kommen in der Umsetzung der Kampagne nicht zu kurz.



www.zielpunkt.at

Umsetzung der Kampagne

Ab 7. Oktober ist Hans Krankl in insgesamt 3 verschiedenen TV Spots, die während der Kampagnenlaufzeit alternieren, im ORF sowie in den Österreich-Fenstern der Kabelkanäle zu sehen. Printwerbung und Flugblätter runden die Angebotskommunikation ab. Im boomenden sozialen Netzwerk Facebook werden demnächst humorvolle Promotion-Kampagnen umgesetzt. Der Slogan „genau was ich brauch“ wird auch direkt am POS und in den Anzeigen für beispielsweise Personalsuche eingesetzt.

Credits

Auftraggeber: ZIP WARENHANDEL AG

Vorsitzender des Vorstandes: DDI Jan Satek | Marketingleitung: Mag. Jeanne Ligthart

Agentur: mang@mang KOMMUNIKATION | Geschäftsleitung: Christian Mang | Konzept: Eva Mang

AD: Mag. Gottfried Halmschager | Text: Peter Moser | Grafik: G2 Grafik OG |

Kundenkontakt: Patricia Dundler | Fotografin: Monika Saulich |

TV-Producer: Die Filmemacher | Filmproduktion: Die Filmemacher | Regie: Die Filmemacher |

Tonstudio: Cosmix

Über Zielpunkt:

Zielpunkt punktet bei den Österreichern mit einer Vielzahl an Markenartikeln und Artikeln zu Diskontpreisen sowie mit seinem Feinkostpartner Schirnhofner. Zielpunkt positioniert sich als Nahversorger, passt sein Sortiment der jeweils regionalen Bevölkerung an und setzt Initiativen für unterschiedliche Konsumenten-Zielgruppen. Derzeit profitieren alle Senioren von einem 10%igen Preisnachlass auf alle Produkte am Mittwoch. Zielpunkt betreibt österreichweit 304 Filialen und beschäftigt knapp 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 waren 120 Lehrlinge bei Zielpunkt in Ausbildung; für 2010 sollen 75 weitere Lehrstellen besetzt werden.

*Quelle: BMLFUW, Studie „Lebensmittelstudie 2010“, www.lebensministerium.at

Rückfragehinweis Zielpunkt :

Martina Tuma

ACCEDO Austria

Tel.: 01 / 533 87 00-15

Fax: 01 / 533 87 00-20

martina.tuma@accedogroup.com

www.accedogroup.com