



DER KREIS
GEMEINSCHAFT FÜR
KÜCHENSPEZIALISTEN

Presseinformation

Begehrlichkeit wecken durch Endgebraucher Werbung

Für was legt der Verbraucher etwas zur Seite? Ausbildung, Urlaub, Anschaffungen. Interessant ist, dass Investitionen besonders dann zunehmen, wenn die Geldpolitik Unsicherheiten zeigt. Investgewinnerin ist derzeit die Immobilienbranche und daher wundert es nicht, dass die Einrichtungsbranche hier ebenfalls profitiert. Und da die Bedeutung der Familie wieder stärker in den sozialen Mittelpunkt rückt, ist es die Küche oder besser Küche und Wohnen als gestalterische Einheit, der erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt wird. Wenn man dazu weiß, dass ca. 80% der Bausparverträge für den Investitionsbedarf rund ums Haus abgeschlossen werden, dann weckt die Zielgruppe Küchenrenovierer Begehrlichkeiten des Fachhandels.

Problem für den Küchenspezialisten war bislang, wie diese Zielgruppe punktgenau angesprochen werden kann. Dass dies über Werbeaktivitäten in geeigneten Printmedien möglich ist, steht außer Frage. Die Mediakosten der Anzeigenschaltung hierzu sind jedoch für das einzelne Küchenfachgeschäft nicht refinanzierbar. Genau hier setzt DER KREIS mit dem Küchenrenovierungskonzept Lifting an. Durch die Gemeinschaft werden die Kosten sogar für eine umfassende Werbekampagne interessant. Hochinteressant wird eine solche Gemeinschaftswerbung, wenn es sich – wie von DER KREIS ausgewählt – um ein Medium einer Bausparkasse handelt. „Wohnglück“ (früher house and more) erscheint mit einer Auflage von über zwei Millionen. Entsprechend positiv ist die Leserresonanz auf die Lifting-Anzeigen und PR-Berichte bereits in den beiden ersten Ausgaben des Printmediums.

DER KREIS

Einkaufsgesellschaft für Küche & Wohnen mbH & Co. KG
Mollenbachstr. 2 • 71229 Leonberg

Zentrale Kommunikation

Tel.: 0 71 52 / 60 97-160 • Fax: 0 71 52 / 60 97-500

E-Mail: presse@derkreis.de