

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 43 – September 2007

Religion in der Multi-Kulti-Stadt: An Kölnisch Wasser glauben sie alle



Tokio, Dublin, Aruba auf den Niederländischen Antillen - jeder Jeck ist anders, vor allem in der Multikulti-Stadt Köln. Deshalb war es längst überfällig, dass kölsche Traditionsunternehmen die Vielfalt ihrer Rheinmetropole im Sinne einer positiven Werbebotschaft einsetzen. Das „Wunderwasser“ 4711 hat jetzt insgesamt zwölf sympathische Protagonisten aus unterschiedlichen Nationen als Werbepartner bekommen, die sich in ihrer Landessprache zu „4711 Echt Kölnisch Wasser“ bekennen.

Dieser Schritt ist mutig für 4711 - schließlich war die Marke mit langer Historie und einer bewegten Vergangenheit in den letzten Jahren nicht auf dem Bildschirm und in den Printmedien präsent. Aus der jahrelangen Werbepause kehrt Kölnisch Wasser nun zurück - mit einer erfrischenden Kampagne, die der Ikone 4711 Echt Kölnisch Wasser ein jüngeres Gesicht gibt und gleichzeitig die Aktualität ihrer historischen Wurzeln betont: die Wirkung als Aqua Mirabilis, als Wunderwasser. In dieser Kampagne stehen KonsumentInnen aus allen Erdteilen im Fokus. KonsumentInnen, die sich klar zu 4711 Echt Kölnisch Wasser bekennen, indem sie in ihrer Landessprache sagen: „Ich glaube“. Die Kraft, Magie und auch Modernität, die in dem Satz „Ich glaube“ steckt, und die authentischen, natürlichen Charaktere sprechen dabei ganz für sich. Die bunten Charaktere der Kampagne polieren das verstaubte Image auf und geben der Traditionsmarke eine frische Note.