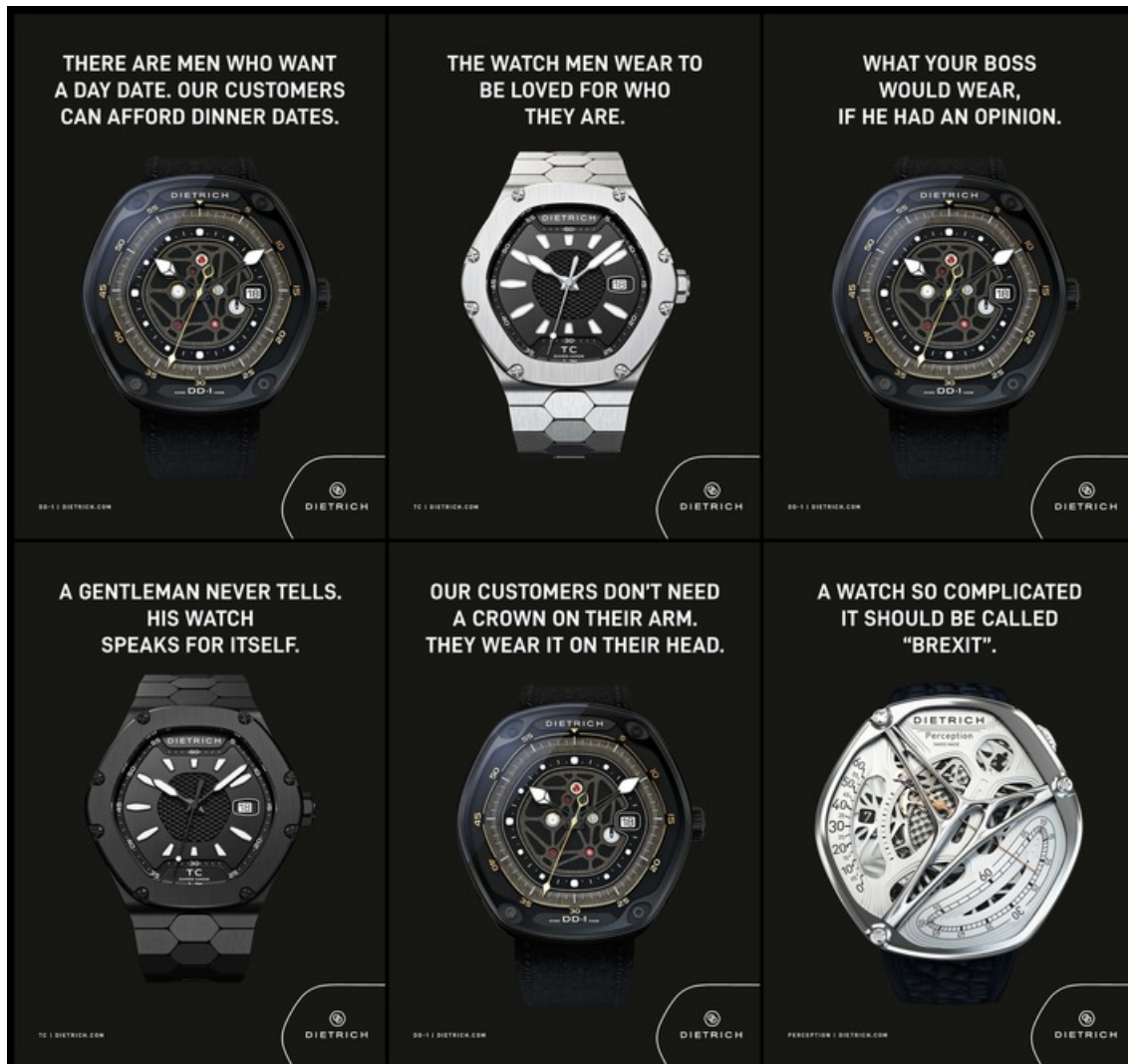


21.11.2019 - 11:17 Uhr

Eine Dietrich als Schlüssel zum Erfolg



Eine Dietrich als Schlüssel zum Erfolg

Die Schweizer Premium Uhrenmarke Dietrich lanciert die erste Marken-Kampagne zum Launch des neuen Modells DD-1. MCH Global hat dafür die neue Positionierung von Dietrich Watches entwickelt und eine Kampagne konzipiert. Die erste Werbekampagne von MCH Global zeigt die kreative Kraft der Full-Service-Agentur bei den emotionalisierten Sujets der Zuger Uhrenmarke aus Hünenberg.

Uhren sind primär als Zeitmesser konzipiert. Uhren sind aber auch Statussymbol, Prestigefaktor und bieten Gesprächsstoff. Werbekampagnen von Uhren vermitteln oft eine alte Denkweise. Starke erfolgreiche Männer oder Profi-Sportler werden als Helden genutzt, um Männern ein ebenso gutes Gefühl zu geben, wenn sie eine gewisse Uhr besitzen. Das Kreativteam von MCH Global hat unter der Leitung von Creative Director Christine Florence Hansjosten mit diesen Voraussetzungen die Positionierung ausgearbeitet: "Die inhabergeführten Uhrenmarke von Emmanuel Dietrich hat sich bewusst gewagt, die Konkurrenz mit einem Augenzwinkern auf den Arm zu nehmen. Uhren von Dietrich sind für Männer, die nichts mehr beweisen müssen. Mit der Kampagne ermutigen wir die Männer, ihre Statussymbole zu überdenken", schmunzelt die deutsch-französische Doppelbürgerin. "Wir sprechen immer mehr von Meaningfulness und Empowerment. Frauen werden ermutigt sich stark, toll und schön zu fühlen. Ich möchte, dass man Männer in der Kommunikation ebenso bestärkt. Und wenn wir von Uhren sprechen, sprechen wir von Zeit - und Klischees sind nicht mehr zeitgemäss", ergänzt Christine Florence Hansjosten, die seit ihrem 18. Lebensjahr in verschiedenen Ländern für Agenturen wie Publicis, DDB, TBWA und BBDO internationale Kampagnen konzipiert hat und kürzlich aus Paris nach Zürich gekommen ist.

Gewagter Auftritt inmitten der Konkurrenz

Die Kampagne beinhaltet 6 verschiedene OoH-Sujets, die inmitten der Zürcher Bahnhofstrasse in zwei Wellen zum Denken anregen. Die Kampagne wird mit klassischen Inseraten und auf Social Media verlängert.

Verantwortlich bei MCH Global: Christine Florence Hansjosten (Creative Director), Simon Waloszek (Art Director) Florian Zeman (Senior Account Director), Sandrine Steiner (Marketing Direktor LMS AG)

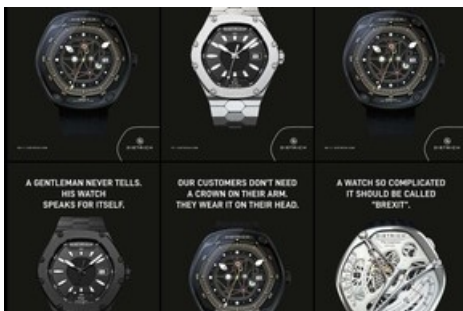
Verantwortlich bei Dietrich Watches: Emmanuel Dietrich, Charles De Boissard

Medienkontakt
MCH Global
Sandrine Steiner
T +41 44 457 70 00
media@mch-global.com

MCH Global gehört zur MCH Group und ihrer Division Live Marketing Solutions, die unter der Leitung von Florian Faber, Mitglied des Executive Board der MCH Group, steht. 2018 ist die Expomobilia AG (in Effretikon) in die MCH Live Marketing Solutions umfirmiert worden, 2019 sind die MCH-Gesellschaften MCH Global AG (in Zürich, mit weiteren Standorten in Dubai, Shanghai, Hong Kong und Los Angeles), Rufener Events Ltd (in Zürich) und Reflection Marketing AG (in Zürich) in diese Gesellschaft integriert worden. MCH Live Marketing Solutions ist mit den drei Marken MCH Global, Reflection Marketing und Expomobilia am Markt weltweit präsent.

www.mch-global.com

Medieninhalte



Die neuen Sujets der Kampagne für Dietrich Watches.



Luzide Botschaften an der Bahnhofstrasse Zürich.



Aktualitäten sind in der Kampagne eingeflochten.



Werbung, dort wo die Konkurrenz schon präsent ist.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100068911/100837132> abgerufen werden.