



Redaktion

09.07.2018

Aktionsfinder und Heimat Wien punkten mit WM-Kampagne

Nachdem das „Äppchen für Schnäppchen“ bereits im Herbst 2017 höchst erfolgreich über die österreichischen Bildschirme flimmerte, startet jetzt die neue Kampagne von Aktionsfinder – diesmal mit einem neuen Markenbotschafter.



WIEN. Knallig, knackig, schrill – diesen Attributen bleibt Aktionsfinder auch dieses Jahr treu: „Ziel war eine logische Fortführung unserer letzten Kampagne, allerdings mit anlassbezogenem Schwerpunkt, um unsere Markenwelt weiterzuentwickeln“, so Robin Kappacher, Texter und Konzeptionist bei Heimat Wien, über die neue Kampagne.

Ein essentieller Teil dieser Weiterentwicklung ist neben dem Re-Design des Logos das neue Gesicht der Aktionsfinder-Familie: Fürs „Äppchen“ wirbt jetzt nämlich ein Äffchen. „Das Äffchen war nicht nur phonetisch naheliegend, es verkörpert auch Cleverness und Finesse beim Finden der besten Angebote“, so

Georg Feichtinger, Kreativ-Chef von Heimat Wien, zur Character-Entwicklung.

„Der gesamte Markenaufbau ist ein kontinuierlicher Prozess, bei dem wir auf einen selbstbewussten Auftritt mit hohem Wiedererkennungswert bauen. Das Äffchen bringt dann noch das nötige Quäntchen Cuteness.“, so Markus Wieser, Geschäftsführer von Heimat Wien, über die Hintergründe der Kampagne. Die Äffchen-Affinität geht übrigens über die neue Werbekampagne hinaus: Aktionsfinder ist seit kurzem auch offizieller Pate der Bärenstummelaffen in Schönbrunn. (red)