

Märchenhafte Kampagne des ReSound Marketing+ Programms steht im Finale für COMPRIX 2018

15.05.2018, 08:47 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *GN Hearing GmbH, ReSound*

Presseagentur: *PR-Büro Martin Schaarschmidt*



Hätte sie mal
auf uns gehört

SMART HEARING -
DAMIT SIE IHRE LIEBSTEN
WIEDER MÜHELOS VERSTEHEN

ReSound GN

GN Making Life Sound Better

Smart Hearing 7

„Es war einmal ein Hörproblem...“ – Motiv der ReSound Märchen-Kampagne (Foto: ReSound)

Münster/Köln, Mai 2018 - „Es war einmal ein Hörproblem...“ – so der Claim einer märchenhaften und augenzwinkernden Kampagne, die Hörgeräte-Hersteller Re-Sound im vergangenen Jahr deutschen Hörakustik-Fachgeschäften zur Ansprache ihrer Kunden zur Verfügung stellte. Die integrierte Werbekampagne, die mit drolligen Zwergen und guten Prinzen für gutes Hören warb, erfreute sich überaus großer Beliebtheit. Nun ist die Aktion, die von der Agentur familie redlich Monasterium konzipiert und umgesetzt wurde, sogar für den COMPRIX 2018 nominiert. Der COM-PRIX ist der führende Award für für kreative Healthcare-Kommunikation im deutschsprachigen Raum. Er wird in

diesem Jahr bereits zum 26. Mal verliehen. Ob der technologisch führende Hörgeräte-Hersteller den renommierten Preis gewinnt, wird am 25. Mai im Rahmen einer Gala-Veranstaltung in Köln bekanntgegeben.

Damit kleine und mittlere Hörakustik-Betriebe die Herausforderungen der Zukunft meistern können, ist professionelle Marketing-Unterstützung heute wichtiger denn je. Ein ganz besonderes Angebot ist hier das POS Programm Marketing+ des Hörgeräte-Herstellers ReSound, bei dem bundesdeutschen Hörakustik-Fachgeschäften fortlaufend attraktive Marketing-Kampagnen zur Verfügung gestellt werden. Ob Anzeigen und POS-Material, Event-Konzepte oder Social-Media-Angebote – bei jeder neuen Kampagne können die ReSound Partner aus einem breiten Spektrum origineller Elemente auswählen und diese vielfältig für den eigenen Auftritt individualisieren.

Ein Highlight des vergangenen Jahres war zweifellos die Kampagne „Es war einmal ein Hörproblem...“. Zu ihr gehörten Anzeigen-Vorlagen und Plakate sowie Schaufenster-Deko-Module, die in drei verschiedenen Größen nutzbar sind. Personalisierte Radio-Spots zählten ebenso zum Paket wie ein zauberhaftes Promotion-Team aus Schneewittchen und Märchenprinz. Ein amüsantes Video mit Rapunzel konnte von Hörakustik-Betrieben individualisiert sowie z. B. in Social-Media-Kanälen und als Kino-Werbespot genutzt werden. Das attraktive Marketing-Paket ist nun für die Auszeichnung mit dem COMPRIX 2018 nominiert.

„Als technologisch führender Hersteller stellen wir den Hörakustik-Unternehmen nicht nur innovative, smarte Produkte zur Verfügung“, so Marina Teigeler, Direktorin Marketing & PR der GN Hearing GmbH. „Wir unterstützen unsere Partnerinnen und Partner auch mit attraktiven und wirkungsvollen Marketing-Angeboten wie etwa unserer Märchen-Kampagne. Das Feedback auf diese war sehr, sehr positiv. Allein die Schaufenster-Deko wurde über 450 Mal bestellt. Und es zeigte sich, dass das Thema Märchen voll den Nerv der Endverbraucher trifft. Nun sind wir natürlich alle sehr gespannt, ob unsere Kampagne auch beim diesjährigen COMPIX den Sieg davonträgt.“

Weitere Informationen zum COMPRIX unter <http://comprix.com/>. Mehr über das ReSound Marketing+ Programm erfahren interessierte Hörakustiker unter www.meingnresound.de. Und den erwähnten „Rapunzel-Videoclip“ finden Sie unter <https://youtu.be/D2PzdOEXtdA>.

Informationen zu den smarten Hörgeräten von ReSound sowie den Zugang zu unserem Presse-Newsroom finden Sie unter www.resound.com. Für weitere Informationen bzw. Bildmaterial kontaktieren Sie bitte unseren Pressekontakt:

PR-Büro Martin Schaarschmidt
Tel.: (030) 65 01 77 60
eMail: martin.schaarschmidt@berlin.de.



Rapunzel-Clip der ReSound Märchen-Kampagne

<https://www.youtube.com/watch?v=D2PzdOEXtdA>

Portrait

Als einer der weltweit führenden Hörgeräte-Hersteller bestimmt ReSound die Innovationen bei den modernen Hörsystemen schon lange maßgeblich mit. Wir wollen, dass immer mehr Menschen, die mit einem Hörverlust leben, wieder besser hören und richtig verstehen. Deshalb entwickeln wir Hörsysteme, die fast das Hörerlebnis des natürlichen Ohres schaffen, und die es Hörgeräte-Akustikern ermöglichen, die Lebensqualität ihrer Kunden gravierend anzuheben. ReSound ist in über 80 Ländern vertreten. Zu uns gehören ein großes Team kompetenter Mitarbeiter sowie zahlreiche Technologie-Zentren. In Deutschland gehört ReSound zur GN Hearing GmbH, die ihren Sitz in Münster hat – s. www.resound.com.

News-ID: 1003841 • Views: 1201 (Stand: 09.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1003841/Maerchenhafte-Kampagne-des-ReSound-Marketing-Programms-steht-im-Finale-fuer-COMPRIX-2018.html>