



Neue Anzeigenkampagne mit Kunden

Eine tolle Auszeichnung

„Ich führe den Betrieb in der dritten Generation. Auf Thomsit kann ich mich immer verlassen. Egal welche Probleme auf der Baustelle auftreten – sie werden unmittelbar gelöst. Thomsit – da bin ich treuer Kunde!“ Das sagt Dirk Ewering, Geschäftsführer und Inhaber der Ewering Malerbetriebe GmbH in Reken – und zwar nicht einfach so, sondern aufmerksamkeitsstark auf einer frisch gestalteten Anzeigenserie, die Thomsit gerade druckfertig abgeschlossen hat.

Schon seit einigen Jahren bezieht Henkel seine Kunden mit in seine Kommunikation ein. Vor allem für die professionellen Handwerkermarken hat sich Henkel schon länger bei Poster- und Anzeigenmotiven von professionellen Modellen gelöst. Dafür setzt man auf Menschen wie du und ich, die dem Gewerk tatsächlich nachgehen.

„Motive mit echten Handwerkern und Geschäftsführern sind weit authentischer und letztlich auch glaubwürdiger als Bilder, auf denen die Leute nur so tun als ob sie das Handwerk tatsächlich verstünden“, sagt Thomsit Produkt-Manager Marcus Schrubba. Deshalb illustriert Thomsit beispielsweise auch seine Broschüren, Flyer und auch die Produktübersicht inzwischen schon traditionell mit echten Bildern von der Baustelle.

Die Kampagne allerdings hat noch einen zusätzlichen Aspekt. Schrubba: „Kunden haben eigene, ehrliche

Geschichten zu erzählen. Der eine schwört auf seinen direkten Ansprechpartner im Thomsit Vertrieb, der nächste schätzt die umfassende und schnelle technische Beratung. Einen weiteren haben Qualitätsunterschiede nach langem Zögern zu Thomsit gezogen und ein Vierter legt großen Wert auf Innovationen aus dem großen Forschungspool von Henkel.

So verschieden die Motive, so vielfältig eben auch die Begründungen. Zahlreiche Verarbeiter und Unternehmer hatte Thomsit im Vorfeld der Kampagne danach befragt, was speziell sie an ihrer Hausmarke schätzen. Insgesamt sieben Kunden mit unterschiedlichen Kernbotschaften wurden dann zum Foto-Shooting nach Köln eingeladen.



Thomsit
Produkt-Manager
Marcus Schrubba

Bei Henkel steht der Kunde im Zentrum aller Aktivitäten, unterstreicht Schrubba. Dieser Anspruch ist fest in unser Leitbild eingebunden. Entsprechend bemühen wir uns, unsere Kunden auf allen Ebenen, die das Geschäft tangieren, zufrieden zu stellen mit Technologien, Services und auch einem gehörigen Spaßfaktor, wie beispielsweise mit unserer Tryall-Tour oder jetzt auch dieser Aktion. Diese Nähe und Verbundenheit mit dem Handwerk möchten wir mit dieser Anzeigenserie unterstreichen.

Anlässlich des 65-jährigen Jubiläums in diesem Jahr hatte sich Thomsit zu dieser besonderen Maßnahme entschieden. Aus Sicht der Marke ist das Ergebnis schon jetzt ein riesiger Erfolg. Wir können die Mitarbeit unserer Kunden gar nicht hoch genug einschätzen, so Schrubba weiter. Immerhin stehen alle Verarbeiter, Geschäftsführer und Unternehmer mit ihrem Bild für ihre Aussage gerade. Für uns ist das die größte Auszeichnung, die wir bekommen können.

www.thomsit.de

[« Zurück zur Übersicht](#)