„Mehr vom Bad, mehr vom Leben“

# **Geberit startet großangelegte Endkundenkampagne – Nutzerbedürfnisse im Fokus**

Pottenbrunn, im Oktober 2019

**„Mehr vom Bad, mehr vom Leben“ – so lautet die zentrale Botschaft der neuen Geberit Kommunikationskampagne, die diese Woche im gesamten deutschsprachigen Raum angelaufen ist. Im Fokus stehen die ganz spezifischen Bedürfnisse von Nutzerinnen und Nutzern innovativer Badlösungen.**

Mit dem Versprechen „Mehr vom Bad, mehr vom Leben“ will Geberit vor allem Endkunden erreichen, die aktuell eine Renovierung oder einen Neubau ins Auge fassen. „Das ist eine Botschaft, die perfekt zu Geberit passt“, sagt Christian Buchbauer, Leiter Marketing und Produktmanagement von Geberit Österreich. „Denn wir wollen mit unseren innovativen Sanitärprodukten und kompletten Badlösungen die Lebensqualität der Menschen nachhaltig verbessern. Ziel der Kampagne ist es, Geberit als starke Marke beim Endverbraucher zu positionieren, wobei der erfolgreiche dreistufige Vertriebsweg natürlich erhalten bleibt und die enge Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern auch in Zukunft gepflegt wird.“

**Storytelling als Bewegtbild**

Für die Kampagne, die zusammen mit der Agentur Jung von Matt entwickelt wurde, hat das Kreativteam auf Basis valider Daten sechs unterschiedliche Nutzertypen definiert. „Für jeden einzelnen von ihnen kann Geberit die passende Badlösung bieten“, betont Buchbauer. „Umgesetzt wurde die Idee als Bewegtbild in sechs Kurzfilmen, von einem höchst professionellen Filmteam perfekt in Szene gesetzt. So schaffen wir nicht nur Aufmerksamkeit, sondern auch die Voraussetzung dafür, dass sich unterschiedlichste Zielgruppen persönlich angesprochen fühlen, da der jeweiligen Story ein ganz konkretes Bedürfnis zugrunde liegt“, so Buchbauer.

**Website mit Mehrwert**

An die Kurzfilme, die über Social Media gespielt werden, ist eine multifunktionale Website gekoppelt. Diese Seite ist das Herzstück der Kampagne und bietet Endkunden unter anderem vielfältige Badideen, Tipps und Tricks sowie verschiedene Tools, die die Planung und Realisierung der individuellen Badezimmer-Wünsche unterstützen. „Mit Hilfe unseres ‚Inspiration-Tools‘ und des ‚3D-Badplaners‘ kann sich der Kunde nicht nur inspirieren lassen, sondern sein Traumbad gleich auch virtuell gestalten“, erläutert Buchbauer.

**Mehr Informationen auf www.geberit.at/bad.**

****Bildunterschriften (© Geberit):****

****Bild 1 Geberit Kampagne Platz:** Die B2C-Kampagne „Mehr vom Bad, mehr vom Leben“ von Geberit thematisiert spezifische Nutzerbedürfnisse. Zum Einsatz kommen u.a. aufwendig produzierte Kurzfilme mit Computeranimation.**

****Bild 2 Geberit Kampagne Inspiration:** Das „Inspiration-Tool“ von Geberit macht Lust auf innovative Badkombinationen.**

****Bild 3 Geberit Kampagne 3-D-Planer:** Der Geberit „3D-Badplaner“ macht es möglich, sein individuelles Wunschbad online zu gestalten.**

****Für Rückfragen:****

**TriaLog Kommunikation GmbH**

**Mag. Martina Pointner**

martina.pointner@trialog.gmbh

**+43 664 5370185**

****Über Geberit****

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 29 Produktionswerke, davon 6 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2018 einen Umsatz von CHF 3,1 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).