

Hamburger Agentur mix poliert das Image des Fleischerhandwerks auf

Eine besonders aufmerksamkeitsstarke Image-Kampagne für das Fleischerhandwerk ist der Hamburger Agentur mix gelungen: Mit dem Pixi-Kinderbuch „Ich hab einen Freund, der ist Fleischermeister“ wirbt die Agentur im Auftrag des Deutschen Fleischer-Verbandes um Sympathie für das traditionsreiche Fleischerhandwerk. Nach Konzeption und Start des Pixi-Buches hat mix auch eine Promotion-Aktion mit Plakaten und Flyern entwickelt.

Ziel des Projektes ist ein Imagegewinn für den Handwerksberuf des Fleischers. Das Buch aus der beliebten Pixi-Berufereihe des Hamburger Carlsen Verlags soll Kinder für den Beruf interessieren und die Qualitätsmarke des Fleischerhandwerks bekannt machen.

Der Erfolg des Projektes spricht für sich: Bereits nach wenigen Wochen war die erste Auflage von 50.000 Stück vergriffen, die zweite Auflage wird derzeit produziert.

mix arbeitet als Inhaber geführte Gesellschaft für Marketing- und Kommunikationswelten für große Unternehmen und Marken. Das Portfolio der Agentur zeichnet sich aus durch ein breites Spektrum kreativer Ideen. Kern der mix-Philosophie ist das Angebot ganzheitlich vernetzter Kommunikation. Diese umfasst neben Public Relations auch klassische Werbung und Verkaufsförderung.

Presse-Kontakt:

mix
Gesellschaft für Marketing-
und Kommunikationswelten mbH
info@mixworld.de

Über ein Beleg-Exemplar freuen wir uns