

public:news und Kaldewei erhalten besondere Erwähnung bei den PR REPORT AWARDS 2008

Bei der Verleihung der PR REPORT AWARDS 2008 am 17. April in Berlin wurden public:news und Kaldewei mit einer besonderen Erwähnung für die langfristige PR-Kampagne „Vom Stahl-Email zum emotionalen Badeerlebnis“ ausgezeichnet. Die strategische Themenplattform „Kultur des Badens“ wurde über sieben Jahre lang erfolgreich als Grundlage für die PR-Arbeit genutzt.

Die erfolgreiche PR-Kampagne startete im Sommer 2000 mit dem Ansatz, die emotionale Aufladung der Marke Kaldewei deutlich zu steigern. Als Grundlage für alle Kommunikationsmaßnahmen entwickelte public:news die Themenplattform „Kultur des Badens“, um einen langfristigen Ausbau der Meinungs- und Innovationskompetenz von Kaldewei zu ermöglichen. Als „Inhalte-Lieferant“ initiierte Kaldewei von 2002 bis 2007 in Kooperation mit dem Kölner rheingold Institut einen tiefenpsychologischen Studienzyklus zur „Psychologie des Badens“. Kommuniziert wurden die Studienergebnisse über die zielgruppengenaue Ansprache der Fach- und Endverbraucher Presse mittels emotional inszenierter Presseevents und Medienkooperationen mit Meinungsführermedien von Print, TV, Hörfunk und Internet.

Mit Hilfe dieser langfristigen PR-Kampagne hat es Kaldewei geschafft, sein Marken-Image zu modernisieren und einen Wandel zur Lifestyle-Marke zu vollziehen und so eine erheblich größere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu generieren.



Veröffentlichung „Vanity Fair Italien“, Juni 2006



Pressefoto zur Studie „Baden zu zweit“, 2007



Pressepräsentation „Whirlen an der Alster“, Hamburg, August 2002