



Zurück mit KIND im Ohr: Zum goldenen Hirschen Hamburg wieder für KIND engagiert

10 Jahre ist es her, dass die Kommunikations- und Ideenagentur Zum goldenen Hirschen den weit etablierten Marken-Claim „Ich hab ein KIND im Ohr“ für den Hörakustikspezialisten KIND kreierte. Im Februar dieses Jahres wurde die Zusammenarbeit wieder aufgenommen und eine gemeinsame Markenkampagne für die Bereiche Hörakustik und Augenoptik entwickelt.

Hamburg, 07. Oktober 2021. Die deutsche Traditionsmarke KIND setzt ihr Vertrauen erneut auf Zum goldenen Hirschen. Bereits 2010 hatte Hörgeräte-Marktführer KIND mit den Hirschen erfolgreich zusammengearbeitet. Die Hamburger Agentur wurde Anfang 2020 für den kompletten Markenauftritt von KIND beauftragt, zu dem neben der Hörakustik seit 2016 auch die Augenoptik zählt. Der Hersteller, der als Hörakustikspezialist groß und bekannt geworden ist, zählt mittlerweile mit über 100 kombinierten Hörakustik- und Augenoptik-Fachgeschäften zu den größten Optikern in Deutschland. Mit dem neuen Markenclaim: „KIND. Wir schärfen Sinne.“ vereint das Familienunternehmen aus Großburgwedel bei Hannover nun erstmals beide Gewerke in einer Kampagne.

„Nachdem wir in den letzten Jahren in der Augenoptik deutlich gewachsen sind, ist es nun an der Zeit, unser erweitertes Angebot breiter zu kommunizieren und uns durch eine gemeinsame Kampagne in beiden Bereichen gleich stark zu positionieren. Wir freuen uns deshalb sehr, mit dem Hirschen-Team, das uns durch seine kollaborativen und innovativen Prozesse überzeugt hat, das Profil unserer Dachmarke zu schärfen und unser jüngstes Segment unter diesem Dach nachhaltig zu verankern,“ erklärt Dr. Alexander Kind, Geschäftsführer von KIND.

Unter dem Dach des gemeinsamen Markenclaims „KIND. Wir schärfen Sinne.“ sorgt eine klare Bildsprache sowie das Beibehalten der etablierten KIND Blase als stilistisches Mittel und verbindendes Element für einen einheitlichen und starken Markenauftritt. Während die KIND Blase in der Hörakustik weiterhin den bekannten Slogan „Ich hab ein KIND im Ohr“ trägt, lautet der neue Slogan in der Augenoptik „Ich seh’s mit KIND“.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass wir KIND als Kunden wieder zurückholen konnten und gemeinsam an eine erfolgreiche Zusammenarbeit anknüpfen können. Mit der neuen Kampagne gelingt es KIND Augenoptik, sich am Markt klar von Mitbewerbern abzugrenzen und im Rahmen der Dachmarkenentwicklung eine Verknüpfung der Segmente Hörakustik und Augenoptik herzustellen,“ so Axel Zimny, der gemeinsam mit Jens Portmann die Geschäftsführung von Zum goldenen Hirschen bildet.

Die bundesweite Kampagne startet am 11. Oktober mit unterschiedlichen TV- und Online-Spots und ist darüber hinaus am POS zu sehen.



ZgH Hamburg:

Axel Zimny (GF Kreation)

Henrik Stefani (CD Text)

Milena Jenke (CD Text)

Kai Jonas Jüttner (Art Director)

Katrin Stelke (Etat Director)

Prodeers:

Alexandra Schröer (Head of Production)

Produktion: Rabbicorn Films

Regie: Benjamin Wolff

Postproduction: Deli Pictures

Zum goldenen Hirschen ist die siebtgrößte inhabergeführte Agentur Deutschlands mit rund 340 Mitarbeiter*innen sowie über 80 Kunden an 7 Standorten. Seit der Gründung 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen für Aufsehen. Integrierte Teams aus Content-, Performance-, Social-, Strategie-, Werbe- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen disruptive Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff

Senior Corporate Communications Manager

m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)

e: oloff@hirschen.de