

ELEKTRABREGENZ ERHALT ZUM ZWEITEN MAL DIE GREEN BRANDS AUSTRIA VERLIEHEN

Grün verlängert

Bereits zum zweiten Mal hat Elektribrengenz das „Green Brands“-Gütesiegel erringen können – und das gleich in fünf Produktkategorien. Die Marke ist der einzige österreichische Gerätehersteller, der nun das Gütesiegel Green Brands Austria 2014/15 tragen darf. Für den Hersteller ist die Auszeichnung um so bedeutender, weil sich die Unternehmen nicht selbst bewerben, sondern von Endkonsumenten nominiert werden. Zusätzlich startete Elektribrengenz eine neue Marketingkampagne, die den Brand stärker im Bewusstsein der Österreicher verankern soll.

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: Dominik Schebach, Elektribrengenz | INFO: www.elektribrengenz.at

Nachweisbare Nachhaltigkeit, niedrige Verbrauchswerte und hohe Energieeffizienz waren ausschlaggebend für die Auszeichnung. „Grün ist für alle ein Gewinn“, so General Manager Kürşat Coşkun über die Auszeichnung. „Seit langem handelt Elektribrengenz mit hohem Verantwortungsbewusstsein der Umwelt gegenüber. Wir freuen uns, dass dies die Österreicher auch so sehen.“

Vergeben werden die Green Brands in einem dreistufigen Verfahren: Im ersten Schritt werden die Unternehmens-Kandidaten durch eine repräsentative Befragung unter der Bevölkerung ausgewählt. Nachdem die Österreicher Elektribrengenz eine sehr gute Platzierung zuerkannt hatten, durchliefen die Produkte des Herstellers eine strenge Prüfung durch unabhängige Experten. Die Ergebnisse wurden im letzten Schritt durch eine kompetente Fachjury bestätigt und „die Auszeichnung Green Brands Austria 2014/15“ einstimmig an Elektribrengenz verliehen.



Bereits zum zweiten Mal ein Green Brand für Elektribrengenz: Norbert Lux, COO der internationalen Green Brands Organisation (2.v.l.) überreicht VL Christian Schimkowitzsch (l.), General Manager Kürşat Coşkun (m.) und CMO Philipp Breitenacker (r.) das Zertifikat für die Jahre 2014 und 2015.

FUNF PRODUKTLINIEN

Dabei bedeutet die Verleihung des Gütesiegels nicht, dass man sich für immer auf seinen Lorbeeren ausruhen kann. Schließlich ist die Zertifizierung auf zwei Jahre begrenzt. Nach der erstmaligen Verleihung im Jahr 2012 hat Elektribrengenz nun die Revalidierungen bestanden. Die Green Brands Austria Gütesiegel

erhielten die Produktlinien Herde, Backöfen, Geschirrspüler, Kühl- und Gefriergeräte sowie Waschmaschinen.

„Für immer mehr Menschen ist die Umweltfreundlichkeit und die ökologische Nachhaltigkeit eines Unternehmens oder der Produkte entscheidend“, so Kürşat Coşkun. „Elektribrengenz ist für viele Menschen gleichbedeutend mit sauberen, sparsamen Produkten, die das Leben erleichtern und die Umwelt schonen.“

soll. Damit setzte das Unternehmen gleichsam um, was General Manager Kürşat Coşkun bereits auf den Ordertagen angekündigt hatte, als er für das laufende Jahr noch einige Überraschungen versprochen hatte. Das Kick-off-Event dazu fand unter prominenter Beteiligung und zusammen mit Fernsehkoch Oliver Hoffinger – bekannt aus „Koch mit! Oliver“ – in einem In-Lokal in der Wiener Innenstadt statt.

Im Mittelpunkt stehen ein neuer Slogan und ein entspannter Auftritt. Unter dem Slogan „Fürs Leben gebaut. Gebaut fürs Leben“ sowie mittels spannender Kochduelle und appetitanregender Gewinnspiele sollen die Küchengeräte von Elektribrengenz ins Bewusstsein der Österreicher rücken. „Elektribrengenz könnte man als österreichisches Kulturgut bezeichnen. Es war ein Österreicher,

AM PUNKT

GREEN BRAND GÜTESIEGEL

für fünf Produktlinien von Elektribrengenz.

2 JAHRE

Auszeichnung wird auf Zeit verliehen und bewertet Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und schonenden Einsatz von Ressourcen.

MARKETING

Neuer Slogan, Kochduelle und Gewinnspiele sollen die Marke voranbringen.

NEUE MARKETINGLINIE

Elektribrengenz konnte aber in den vergangenen Wochen nicht nur den Green Brand für sich reklamieren. Der Hersteller startete auch seine neue Marketingkampagne, die die Marke für den österreichischen Endkunden neu aufladen



1-3 Oliver Hoffinger (r.) mit prominenter Unterstützung beim Kick-off-Event zu Elektro bregenz' neuer Marketingkampagne: Gemeinsam mit Erich Zawinul, Martin Meister, Elvyra Geyer und Fadi Merza zauberte der Fernsehkoch seine Kreationen auf den Elektro bregenz-Geräten.
4. Erster Auftritt: Der neue CMO von Elektro bregenz, Philipp Breitenecker.

der das Unternehmen gründete und zum Synonym für österreichische Markenqualität machte", so Kürşat Coşkun bei der Begrüßung der Gäste. "Mit unserer neuen Markenstrategie wollen wir uns auf eine sehr erfrischende, trendige und emotionsgeladene Weise wieder in die Herzen der Österreicher kochen."

Anschließend tischte Oliver Hoffinger seine Kreationen auf. Er bekam prominente Hilfe von Fadi Merza, Erich Zawinul, Martin Meister und Elvyra Geyer, die den Koch tatkräftig bei den

Zubereitungen unterstützten. Auch unter den Gästen befand sich einiges an Prominenz, so Kathi und Gabi Stumpf, Yvonne Rueff, Kim Cooper, Eddie Cole, Peter Legat, Zigi Müller-Matyas, Karl Ammerer und Marcos Valenzuela.

NEUER CMO

Der Start der neuen Kampagne war aber auch der erste Auftritt von Philipp Breitenecker als der neue CMO des Unternehmens. Er soll in Zukunft für die entsprechende Präsenz von Elektro bregenz sorgen. ■