

# PERSBERICHT

## Kärcher start voorjaar met volledig nieuw 360°-campagneconcept

### Bring back the WOW!

**Made, maart 2020** – Krachtige beelden, harde beats en snelle sequenties: de nieuwe tv-spots van Kärcher spreken een veel duidelijkere taal dan voorheen. “We stoppen heel bewust een sterk emotioneel effect in onze nieuwe campagnes, een echt WOW-effect”, benadrukt Kenneth Wagtmans, Product & Marketing Specialist bij Kärcher Nederland. Idee hierachter is de strategische heroriëntatie van het merk Kärcher, die de afgelopen jaren van start ging en waardoor ook de merkcommunicatie herzien wordt. Het vrijetijdsgedrag verandert, de doelgroepen zijn jonger en actiever. Twee nieuwe 360°-campagnes spelen in op deze huidige trends. De focus ligt daarbij op twee topics: hogedrukreiniging als een kerncompetentie van de wereldmarktleider in reinigingstechnologie, en nieuwe ontwikkelingen in het segment van (tuin)apparaten als onderdeel van een uitgebreid accuplatform.

#### Speels en met humor

“Met onze nieuwe, eigentijdse campagnes presenteren we ons merk en onze producten op een speelse en verrassende manier aan het grote publiek”, zegt Kenneth Wagtmans. “Deze in het oog springende campagnes zijn een centraal onderdeel van onze ondersteuning voor de retailers, die mee kunnen profiteren van ons sterke merk en onze innovatieve producten. Met deze campagnes bouwen we merkvoorkeur op. Immers; producten zijn te imiteren maar het gevoel dat consumenten bij ons merk ervaren niet ”

Voor de beeldtaal van de nieuwe spotjes worden geen klassieke reclameprincipes gehanteerd, maar formaten die consumenten kennen van muziekclips en video's op social mediaplatforms. Daarnaast wordt er ook heel bewust geen voice-over gebruikt. De spots benaderen hun thema's speels en met humor.

#### Contact :

Kenneth Wagtmans  
Product & Marketing Specialist Retail  
Kärcher B.V.  
Brieltjenspolder 38  
4921 PJ Made

T 076-7501771  
kenneth.wagtmans@nl.kaercher.com

**KÄRCHER**

# PERSBERICHT

## **Twee spots, twee verhalen**

In de eerste commercial zorgt een stuiterende basketbal voor ritme, terwijl een meisje voorbijrijdt op haar skateboard, voortgestuwd door de kracht van de waterstraal van een hogedrukpistool. Muurgraffiti glanst in felle kleuren na hogedrukreiniging en een vuile sportwagen blinkt weer als nieuw. De eenduidige boodschap: hogedrukreiniging is fun en allesbehalve saai.

De tweede commercial neemt de kijker mee op tour met een schoonmaakteam door verschillende landschappen. Van stad tot natuurparadijs, de verschillende plaatsen symboliseren de waaier aan toepassingsmogelijkheden van de nieuwe accu-aangedreven producten. De camera speelt met de verbeelding van de kijker en elke toepassing wordt uitvergroot: de garden tools van Kärcher kunnen overal worden gebruikt. Maar de plaats lijkt betoverd en niet alleen vogels vliegen plotseling de lucht in ... Wat gebeurt er? Wait and see!

## **Holistisch concept**

De twee nieuwe commercials worden vanaf half maart op alle grote TV-zenders uitgezonden, mooi op tijd voor het begin van het tuinseizoen en de voorjaars schoonmaak. Later dit voorjaar volgen ook 'WOW-spots' voor producten uit de indoor range. Tegelijkertijd wordt het film- en beeldmateriaal van Kärcher gebruikt voor sociale media, overige online uitingen, POS en print. Kärcher zet hierbij volop in op merkidentificatie en werkt met een holistisch concept waarbij alle communicatievormen doordrongen zijn van één en dezelfde boodschap: WOW!

# PERSBERICHT



*Kärcher zet volop in op een jonge en eigentijdse beeldtaal. Het contrast met eerdere campagnes kan nauwelijks groter zijn ...*



*Kärcher brengt de WOW terug! Deze tuin lijkt wel betoverd ... Het vervolg is te zien in de nieuwe tv-commercial, die vanaf half maart op wordt uitgezonden.*

**KÄRCHER**

# PERSBERICHT



*De onmiskenbare boodschap van deze nieuwe tv-spot over hogedrukreinigers: met Kärcher wordt schoonmaken fun!*

*Nieuwsgierig? Bekijk hier de tv-spots:*

<https://www.youtube.com/watch?v=1tRzRiA59iw>

[https://www.youtube.com/watch?v=Nsx2EM\\_RgP4](https://www.youtube.com/watch?v=Nsx2EM_RgP4)

**KÄRCHER**