



Bad Schwalbach/ Koblenz, 10.06.2014. Mit einer aufmerksamkeitsstarken Plakatkampagne gelingt der SCHWÄLBCHEN MOLKEREI eine sympathische und auffallende Präsentation des „Unser Bester Fruchtyoghurt - heimische Früchte“. Dafür erhielt das Unternehmen jetzt die Auszeichnung »Point-of-Sale-Motiv des Monats«, die von der awk Außenwerbung GmbH und dem Fachmagazin LEBENSMITTEL PRAXIS regelmäßig vergeben wird.

Sowohl bei der Fachjury als auch beim Leser-Voting auf der LEBENSMITTEL PRAXIS - Homepage hat das SCHWÄLBCHEN-Motiv alle Marketing-Elemente für eine wirksame Plakatkampagne erfüllt und sich gegen nationale Konkurrenz motive durchgesetzt.

»Dieser Preis ehrt uns sehr. Wir freuen uns, dass unsere »Blinde Kuh« bei der Fach- und Leserjury so gut angekommen ist«, sagt Günter Berz-List, Vorstand der SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG. »Wir wollten einen sympathischen Eye-Catcher schaffen, der die Blicke auf sich zieht - mit einem »natürlichen Model«, das bestens zum Produkt passt. Das ist mit diesem Motiv gelungen, was sich auch in einer positiven Resonanz von Verbrauchern und Handel zeigt.«



von links: Jens Platzhoff (it Works GmbH), Jürgen Ramge (Geschäftsbereichsleiter Vertrieb SCHWÄLBCHEN AG), Günter Berz-List (Vorstand SCHWÄLBCHEN AG), Daniel Lange (awk Außenwerbung GmbH)