

Implantatanbieter

Kunstprofessor entwirft Anzeigenkampagne

| Jürgen Isbaner

In der Werbung muss man mitunter ungewöhnliche Wege gehen, um die gewünschte Aufmerksamkeit zu erlangen. ARGON Dental Geschäftsführer Richard Donaca hat sich deshalb den Querdenker und Kunstprofessor Joan Sofron geholt und gemeinsam mit ihm eine sehr außergewöhnliche Kampagne entwickelt. Die ZWP-Redaktion wollte mehr über die Intentionen und Ziele wissen.

Herr Donaca, Sie sind mit Ihrem Unternehmen seit 1997 Anbieter von qualitativ hochwertigen Implantatprodukten. Mit Ihrer neuen Werbekampagne kreieren Sie einen komplett neuen Auftritt Ihres Unternehmens. Wie lautet die Kernbotschaft?

Hier spielen mehrere Faktoren eine Rolle. ARGON hat sich in den letzten 13 Jahren sehr erfolgreich entwickelt und sich seinen Platz im Markt erkämpft. Wie in der Vergangenheit setzen wir auch strategisch auf qualitativ hochwertige und besonders innovative Produkte. Dabei ist uns die Nähe zum Kunden besonders wichtig, da sie uns das nötige Feedback im Hinblick auf die Weiterentwicklung unseres Portfolios sowie in Bezug auf die Sicherung unserer qualitativen Standards gibt. Mit unserem neuen Auftritt, der sich nicht nur in einer neuen, frischen und vor allem unkonventionellen Anzeigenkampagne widerspiegeln wird, geht es auch um den Gesamtauftritt des Unternehmens auf Messen und Kongressen.

Der Anspruch als Anbieter von qualitativ hochwertigen Produkten soll sich im Gesamtauftritt des Unternehmens widerspiegeln und gleichzeitig geht es selbstverständlich darum, die Bekanntheit unseres Unternehmens und die der Produkte deutlich zu erhöhen und uns

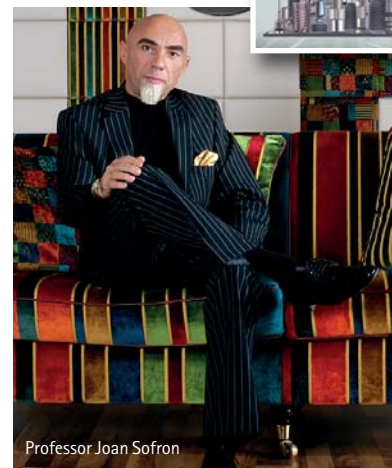
vom Wettbewerb abzuheben. Wir haben uns für die Zukunft viel vorgenommen.

Sie haben im Zusammenhang mit Ihrer neuen Werbekampagne das Wort unkonventionell verwendet. Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Zusammenarbeit mit dem Kunstprofessor Joan Sofron?

Die Kunst von Professor Joan Sofron ist eigenwillig und anders. Er ist bekannt für unkonforme Projekte, also genau das, was wir für unsere unkonventionelle Werbekampagne gesucht haben. Aus seiner Feder stammen bereits viele ungewöhnliche Arbeiten für zahlreiche Unternehmen (Projekte u.a. mit Thyssen-Krupp, OBI, Nobilia, Fresenius, Homag, Streif etc.). Wir sind gespannt, wie unsere Kampagne auf dem Markt ankommt.

Wie wird sich ARGON auf der IDS präsentieren und welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die neue Kampagne.

Wir haben selbstverständlich den Zeitpunkt nicht von ungefähr gewählt. Die Internationale Dental-Schau in Köln ist das bedeutendste dentale Ereignis in diesem Jahr, und wie alle der rund 1.900 Aussteller versprechen wir uns von unserem Auftritt auf dieser wichtigen



Professor Joan Sofron

Messe gute Kontakte und auch Geschäfte. Gleichzeitig ist aber die Größe der Messe mitunter auch ihr Problem. Mit anderen Worten: Man muss einiges tun, um in einem solchen Umfeld auch wahrgenommen zu werden. Im Fokus stehen dabei natürlich unsere innovativen Produkte, und hier können sich unsere Kunden sowie potenzielle Neukunden auf einerseits Bewährtes, andererseits aber auch auf viele Weiterentwicklungen und neue Produkte freuen. Der Messestand von ARGON wird sich in dem oben bereits besprochenen neuen und auch unkonventionellen Look präsentieren. Für die Besucher bietet sich außerdem die Chance, in den Besitz großformatiger Hochglanzposter mit Motiven unserer neuen Kampagne zu kommen, die in jedem Fall eine Bereicherung für jedes Wartezimmer sind. Also: ein Besuch am ARGON IDS-Stand D050/E051, Halle 2.2 lohnt sich.

Vielen Dank für das Gespräch.