



Graz, am 8. April 2008

Relauncher Markenauftritt für die Jello Shoecompany

„Happy mit Jello“:

Nr. 1 im Schuhdiskont mit neuer Kampagne

„Happy mit Jello“ - das ist zugleich Motto, Claim und oberstes Ziel, welches sich Österreichs Nr. 1 im Schuhhandel am Fachmarktbereich auf die gelben Fahnen geschrieben hat. Mit Unterstützung der Werbeagentur Scoop ist ein frisches, stimmiges Gesamtkonzept entstanden, das sich ab sofort durch Außenwerbung, Prospekte, Internet und POS zieht. Die ersten Plakate sind bereits erschienen, die neue Website ist on Air (www.jello.at). Der „gelbe Faden“ bei sämtlichen Werbeaktivitäten ist der Jello „Happy“ - ein Symbol für Freude und Vertrauen. Und genau das verspricht Jello seinen Kunden.

Dass Schuhe Frauen nicht nur sexy, sondern vor allem glücklich machen, ist kein Geheimnis! Jello ist sich dessen bewusst und hat alles daran gesetzt, dieses „Happy-Feeling“ noch zu verstärken: Neben Trendfaktor und günstigstem Preis wird auf ein entspanntes Einkaufserlebnis wert gelegt. Deshalb lautet die Kernaussage der neuen Kampagne, welche die Werbeagentur „Scoop“ gemeinsam mit Jello umgesetzt hat, „Happy mit Jello“.

Frischer Wind bei Jello

Angefangen beim Logo über die Shopgestaltung bis hin zu den Plakat-Sujets entspricht Jello dem Puls der Zeit. Seit dem Markteintritt 1989 ist Jello vom regionalen Geschäft zum internationalen Unternehmen gewachsen. Der zunehmende Erfolg erfordert auch einen allgemein gültigen Marktauftritt: Aus dem „Jello Schuhpark“ wurde die „Jello Shoecompany“.

Teil des Marken-Relaunchs ist die neue Interpretation des Logos: Ein gelber Ball mit kräftig-rottem Jello Schriftzug ziert nun die Plakate und Prospekte. Es symbolisiert die Vielseitigkeit von Jello und gibt dem Unternehmen eine stärkere Präsenz und Souveränität. Der „Happy“ wirkt modern und frisch - eine runde Sache eben.

Happy mit Jello - die Kampagne

Eine der markantesten Veränderungen der neuen Kampagne: Ab sofort präsentieren Menschen auf den Plakaten die Kollektionen. Jello Geschäftsführer Georg Mayer-Heinisch erklärt diesen





Schritt: „In den vergangenen 19 Jahren war der Schwerpunkt auf Plakaten und in Prospekten rein die Präsentation unserer Produkte. Die Zeit ändert sich, und auch die Anforderungen der Kunden. Diese möchten wissen, wie sieht der Schuh am Fuß aus, was könnte da dazu passen. Der Preis ist dabei natürlich ebenso wichtig.“ Das Stilelement des Jello „Happys“ findet sich auf sämtlichen Kommunikationsmitteln wieder: Die Personen auf den Sujets halten als Ausdruck der Freude das lachende Jello Symbol vors Gesicht - so happy macht sie das tolle Angebot der Jello Shoecompany.

Jello mit neuer Shopgestaltung

Teil des Gesamtkonzepts ist die Neugestaltung der Jello Stores. Seit Ende vergangenen Jahres werden laufend Filialen modernisiert und erstrahlen - ganz CI-konform - in Gelb und Rot. Die Kunden sollen sich in den Stores wohlfühlen - damit sie ein Besuch bei Jello so richtig happy macht. „Happy mit Jello“ ist bei hoher Wiedererkennbarkeit auch ein Sympathieträger in Bezug auf die Preisgestaltung.

Kooperation mit Scoop

Der neue Markenauftritt wurde in Zusammenarbeit mit Scoop Next Level GmbH realisiert. Scoop ist eine Marketing- und Werbeagentur für klassische und interaktive Medien mit Sitz in Wien und Graz, zu deren Kunden unter anderem Telekom Austria und AVL zählen. Michael Ksela, CEO von Scoop über den neuen Werbeauftritt von Jello: „„Happy mit Jello“ versteht sich als Navigationsinstrument, das überall dort auftaucht, wo der Konsument, die Konsumentin auf Jello trifft.“ Der Erlebniswert der Marke spricht Erwachsene genauso an wie Kinder. Den Jello Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schließlich bietet „Happy mit Jello“ durch den geschlossenen Markenauftritt eine hohe Identifikationsmöglichkeit.

Über Jello

Jello ist ein Tochterunternehmen der LEDER & SCHUH International AG, welche zu den erfolgreichsten Schuhunternehmen Europas zählt. Die LEDER & SCHUH International AG mit Unternehmenssitz in Graz erzielte 2006 mit ihren Tochtergesellschaften Corti, Dominici, Humanic, Jello und Shoe 4 You einen Gesamtumsatz von EUR 406 Mio. an 298 Standorten in sieben Ländern (Österreich, Deutschland, Ungarn, Polen, Slowakei, Slowenien und Tschechien) und ist damit als Nr. 6 am europäischen Markt eines der führenden Unternehmen in Sachen Schuhmode.





Presseinformationen und Fotos in druckfähiger Qualität unter www.jello-press.com



Neuer Auftritt, neue Logointerpretation, neue Farben: „Happy mit Jello“ - die Jello Shoecompany präsentiert das Frühlings-Kollektion 2008 mit einer stimmigen Gesamt-Kampagne.
Bild re.u.: Jello GF Georg Mayer-Heinisch mit Scoop CEO Dipl.-Ing. Michael Ksela

Pressekontakt:

Mag. Dunja Bacinger
Leder & Schuh AG / Jello
Lastenstraße 11, A-8020 Graz
Tel. +43-(0)316 7844-2376, Fax -12376
Mobil: +43 (0)664 82 45 192
E-Mail: dunja.bacinger@jello-press.com
<http://www.jello-press.com>

jello press
info@jello-press.com
Pressekontakt: Ulrich Taller
Andreasgasse 6/9, A-1070 Wien, Austria
jello-press-Hotline: +43-1-524 97 07-11
Schuhinfos für die Presse:
<http://www.jello-press.com>

