



## LIEBLINGSKAMPAGNE

# DENNER-SCHOKOLADE

**D**as weiss doch jeder: Verpackungen kann man essen. Schön teure erst recht. Wohl bekomms! Weil Denner diese nichtbestellte Beilage partout nicht schlucken will, kann der Konsu-

ment keine Cailler-Schokolade aus den Häusern Denner mehr kosten. Dieser Brocken kann einem jetzt sauer aufstossen oder einfach nur köstlich munden. Aber sicher ist: Diese Verweigerung gegenüber dem grössten Nahrungsmittelproduzenten der Welt – für den gleichen Inhalt urplötzlich eine viel teurere Rechnung begleichen zu müssen – ist ein weiteres Amuse-Bouche aus der Haute Cuisine Denner in Sachen konsequenter Umsetzung der Unternehmensstrategie: Denner = Dauertiefpreis. Und diese Anzeige ist ein weiterer Leckerbissen in Sachen konsequenter Markenführung und -kommunikation: Denner = Kein Gramm Idee und Umsetzung zu viel. Das ist Reduktion

vom Feinsten. Und Glaubwürdigkeit pur. Oder anders gesagt: Denner und die Agentur Vizner Borel machen aus Kommunikation Schokolade – das macht mich glücklich!



### SARAH HILTEBRAND

ist Mitinhaberin und Kreation-  
chefin der Werbe-  
anstalt Schweiz AG,  
Zürich. Die Agentur  
entwickelt und  
realisiert Kommuni-  
kationskonzepte

u. a. für Sandoz, Cablecom, «Oltner Tagblatt», Schweizerischer Apothekerverband, Stadtpolizei Zürich und Schweizerische Jugendherbergen