

Unterwegs: das Geberit AquaClean Mobil



Was ist ein Dusch-WC und wie fühlt es sich an? Das AquaClean Mobil bot 2015 die Gelegenheit zum Testen und das Thema «Reinigung mit Wasser» auf eine ganz neuartige Weise zu erleben. Von Anfang Juli bis Mitte September gastierte das AquaClean Mobil in Deutschland auf 16 hochkarätigen Sport- und Kulturveranstaltungen sowie in stark frequentierten Einkaufszentren. Anschliessend tourte der Truck während je drei Wochen durch 20 Städte in Norwegen und Dänemark.

Mit der Kampagne «Mein erstes Mal» und einem Video, das Menschen bei ihrer ersten Benutzung eines Dusch-WCs zeigt, wurde erfolgreich auf die Aktion aufmerksam gemacht. So konnten in enger Zusammenarbeit mit den Geberit AquaClean Partnern und dank der ausgeklügelten Marketingkampagne Tausende Kunden motiviert werden, das AquaClean Mobil zu besuchen und sich über Dusch-WCs zu informieren. Neben dem breiten Publikum lud Geberit auch ausdrücklich Installateure ein, die Roadshow mit ihren Kunden zu besuchen.

In dem Mobil führten die Geberit AquaClean Teams die Kunden behutsam an das Thema Intimhygiene mit Wasser heran. Wie sich ein Wasserstrahl eines AquaClean Dusch-WCs anfühlt, konnten die Truck-Besucher zunächst mit der Hand testen. Im Ausstellungsbereich standen zudem sämtliche Dusch-WC-Modelle zur Begutachtung bereit. Und wer wollte, konnte ein Dusch-WC in zwei Kundentoiletten direkt ausprobieren.



Lise-Lotte Kristiansen, Projekt Manager
Nordic Marketing, Geberit A/S



Volker Röttger, Leiter Marketingkommunikation,
Geberit Deutschland



Anders Tell, Retail Manager bei Falsing
VVS, Kopenhagen (DK) und Geberit Aqua-
Clean Partner

«Mit der Geberit AquaClean Roadshow konnten wir eine grosse Aufmerksamkeit für die Kategorie Dusch-WC erzielen. Wir waren sehr positiv überrascht, wie viele Leute anhielten, Fragen stellten, die Dusch-WCs ausprobierten und sich schnell von den Vorteilen der Reinigung mit Wasser überzeugen liessen.»

«Mit dem ungewöhnlichen Angebot, mehr über die Reinigung mit Wasser zu erfahren und die Dusch-WCs vor Ort testen zu können, haben wir viele Menschen erreichen und begeistern können. Und ganz nebenbei bewiesen, dass wir dem Wettbewerb wieder eine Nasenlänge voraus sind.»

«Die Roadshow stiess im Zentrum von Kopenhagen auf grosses Interesse. Jeder, der vorbeikam, schaute sich das Mobil an. Ich habe es sehr geschätzt, mit Endkunden sprechen und sie für Dusch-WCs begeistern zu können. Für unser Geschäft haben sich daraus viele neue Kundenkontakte ergeben.»