

DSDBW – Deutschland sucht die beliebteste Werbefigur

In einer bundesweiten Umfrage-Kampagne ruft das Deutsche Werbemuseum e. V. alle Konsumenten auf, online ihre Lieblings-Werbefigur aus der Warenwelt zu verraten.

Frankfurt am Main, 07. März 2006 – Wer kennt sie nicht, die kleinen Stars aus der Werbung? Der flauschige Charmin-Bär, der das sanfteste aller Toilettenpapiere anpreist, der schlaue Bauspar-Fuchs, der für den Bausparvertrag von Schwäbisch Hall wirbt oder das verrückte HB-Männchen, das für gleichnamige Zigarettenmarke in die Luft ging: Bei vielen von uns haben die kultigen Werbefiguren bereits das Herz erobert. Um genau herauszufinden, welche von ihnen bei den Verbrauchern die Hauptrolle spielen, startet das Deutsche Werbemuseum e. V in ausgewählten Medien und Online-Portalen den Aufruf, an seiner Online-Umfrage teilzunehmen.

Jeder kann bei der Umfrage ohne großen Zeitaufwand mitmachen. Einfach im Zeitraum vom 07. März bis 23. April 2006 www.werbemuseum.de besuchen und unter 29 Werbefiguren seinen persönlichen Favoriten auswählen. Selbst wenn der persönliche Favorit nicht dabei sein sollte, besteht die Möglichkeit, eine eigene Lieblingsfigur zu benennen. „Wir wollen einfach ein breites Publikum begeistern und eine Anregung schaffen, die Werbewelt mit neuen Augen zu sehen“, nennt Thomas Feicht, Vorstandssprecher des Deutschen Werbemuseums e. V., den Grund für die zum ersten Mal durchgeführte Online-Umfrage mit Werbefiguren. „Denn Werbung begleitet uns von Kindheit an und ist Teil unseres Lebens und unserer Kultur. Deshalb verdient sie eine entsprechende Aufmerksamkeit.“

Die Ergebnisse der Umfrage werden Ende April im Rahmen einer großen Veranstaltung bekannt gegeben.

Über das Deutsche Werbemuseum e. V.:

Das Deutsche Werbemuseum e. V. mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1988 gegründet. Als virtuelle Plattform im Internet bietet es Informationen rund um das Thema Werbung an und organisiert temporäre Ausstellungen zu Themen über Werbung. Die sieben Vorstandsmitglieder können auf langjährige Erfahrungen in der Kommunikationsbranche zurückblicken und verstehen sich als kulturelle Förderer und Initiatoren, um Werbung als allgemeines Kulturgut erlebbar zu machen. Die Initiatoren: Heinz-Michael Bache (HMB Networking GmbH), Hans-Jörg Beck-Folten (Rabach Werbeagentur GmbH), Thomas Feicht (INSTANT Corporate Culture), Sabine Klaas (Trimedia Communications Deutschland GmbH), Thomas Koch (tkmStarcom GmbH), Dr. Rudolf Lauda (Rechtsanwaltskammer Frankfurt), Rainer Scholze (NMK-Rainer Scholze GmbH).

Presseinformation

Pressekontakt:

Sabine Klaas
Vorstandsmitglied Deutsches Werbemuseum e. V.

Trimedia Communications Deutschland GmbH
Hanauer Landstrasse 175-179, 60314 Frankfurt
Telefon 069-962219-0, Fax 069-962219-96
Mobil 0171-3863437
sabineklaas@fra.trimedia.de