

Bochum, 20. Juni 2010

Kreidler – eine Legende kehrt zurück

Bis in die späten 1970er Jahre war die Fahrrad- und Motorradmarke „Kreidler“ eines der bekanntesten Brands der Republik. Ob auf der Rennstrecke oder unter der Jugend, die 50 ccm Maschine war Kult. Die Marke gehört mittlerweile zur Oldenburger Cycle Union GmbH und geht im September mit zwei ungewöhnlichen Werbespots für eine jugendliche Zielgruppe an den Start. Als Testimonial konnte die Sängerin der Berliner Band „Jennifer Rostock“ gewonnen werden, die in die Rolle einer düsteren Superbraut schlüpft. Im Rahmen einer breit angelegten Social Media Kampagne kann die Community zudem an der Anstehung des Werbeclips mitwirken. So wird nicht nur die männliche Hauptrolle ausgeschrieben, sondern auch ein Remix des legendären „Kreidler Florett Beats“, den Bill Ramsey seinerzeit zum Hit machte.

Die Kreation verantwortet die Bochumer Agentur Radar Media, die mit Zoran Bihac und der Berliner Produktion Jo!Schmid schon die Werbespots für Toyota und „Die Fantastischen Vier“ erarbeitete. Rainer Gerdes, Marketing Leiter Cycle Union, zu der ungewöhnlichen Aktion: „Mit dieser Kampagne bringen wir die Marke endlich wieder einer jungen Zielgruppe näher, die auf Mountain-Bikes und 125er Supermotos steht.“ Oliver Ihrens, GF Radar Media, ergänzt: „Die Ansprache der Spots zahlt optimal auf den Markentransfer ein: Ist es zu schräg, bist du zu alt!“

Quelle: Radar Media GmbH