

INTERVIEW MIT ROMAN MUEHLMEIER

DAS BRANDING VON KOMponentEN: WAHRER MEHRWERT MIT CO-BRANDING

Die Enthüllung von „The Secret behind Her Secret.“

Schwarzenbach, 17 Uhr. Wir sind im Firmensitz von MUEHLMEIER Bodyshaping, idyllisch gelegen in den grünen Hügeln Nordbayerns. Herr Muehlmeier – gerade von einem Meeting in Mailand zurück – wird kurz von seinen Abteilungsleitern über die neuesten Entwicklungen unterrichtet. Obwohl der Terminplan des Geschäftsführers und Inhabers prall gefüllt ist, nimmt Herr Muehlmeier seinen Kaffee und bittet uns für ein paar Fragen herein.

Herr Muehlmeier, Sie haben angekündigt, dass Sie heute „The Secret behind Her Secret“ enthüllen, den Claim Ihrer neuen Kampagne. Wir sind neugierig!

Ja, das stimmt. Aber das ist ein Geheimnis, das ich Ihnen gerne verrate. „The Secret behind Her Secret“ ist nicht einfach eine weitere Kampagne. Es ist eine Idee, eine große Idee, die auf eine ausgeklügelte Kommunikationsstrategie aufbaut, von der auch unsere Partner profitieren.

Das hört sich spannend an. Sind Sie bereit, die Details für unsere Leser preiszugeben?

„The Secret behind Her Secret“ ist der erste ernsthafte Versuch der Bedeutung von BH-Schalen, über die traditionelle Denkweise von Fashion und Funktionalität hinaus, gerecht zu werden. Wir werden zeigen, dass eine perfekte BH-Schale nicht nur gut aussieht, sondern insbesondere ein großartiges Tragegefühl bietet. **Die Kombination aus einem schönen, sexy BH und dem tollen Tragegefühl gibt den Frauen dieses besondere Selbstvertrauen, das man(n) sehen und spüren kann.**

Diese Ausstrahlungskraft macht den Unterschied. Man sieht nicht, welche Unterwäsche eine Frau trägt – es ist ihr Geheimnis – aber Mann/Frau kann diese besondere Präsenz wahrnehmen. Und genau das ist „The Secret behind her Secret“.

Das wahre Geheimnis liegt also in der BH-Schale?

Ganz so einfach ist es nicht. Es ist die Kombination aus dem Style der Frauen und dem perfekten Gefühl beim Tragen des BHs. Das betont ihre Sexyness – bewusst und unbewusst. Es geht also nicht nur um das Aussehen, sondern vor allem um das Empfinden des BHs.

Ok, der Look und das Tragegefühl ergänzen sich zu etwas Besserem. Aber ist den Frauen die Bedeutung einer guten BH-Schale bewusst?

Natürlich. Sie wissen was gut für sie ist.

„MUEHLMEIER MUSS ALS MARKE, DIE FÜR VORTEILHAFTE PRODUKTEIGENSCHAFTEN STEHT, SICHTBAR WERDEN.“

Sie fühlen es. Aber sie unterschätzen wahrscheinlich die wichtige Rolle dieser



HERR MUEHLMEIER IN SEINEM BÜRO IN SCHWARZENBACH. ER GLAUBT FEST AN DIE VORTEILE VON PROFESSIONELLEM KOMONENTEN BRANDING.

Komponente in ihrem BH. Und das ist unsere Mission. Unser Ziel – als eine der führenden Marken von Komponenten und Composite Werkstoffen – ist die Entwicklung und der Vertrieb der besten BH-Schalen. Unsere industriellen Partner wissen, dass sie sich auf uns verlassen können und wofür der Name MUEHLMEIER steht. Es ist also mehr als logisch, dass wir auch die Frauen beim Shoppen von unserer Qualität überzeugen wollen. Die Marke MUEHLMEIER soll für sie zu einem Versprechen für dauerhaft perfektes Tragegefühl werden.

Dazu muss MUEHLMEIER als Marke für Konsumentinnen sichtbar werden, oder?

Genau. „The Secret behind Her Secret“ ist der Startpunkt, um Konsumentinnen auf unsere Marke aufmerksam zu machen. Wir haben bereits eine ganze Reihe von Konsumenten-Anzeigen gestartet, die die Bedeutung einer guten BH-Schale hervorheben und weltweit das Markenbewusstsein für MUEHLMEIER

Bodyshaping schaffen.

Eine große Herausforderung für eine Marke mit Produkten, die Käufer auf den ersten Blick gar nicht erkennen können!

Das ist wahr. Aber die Lösung heißt Co-Branding. Es geht darum, die richtigen Dinge zusammenzuführen. Unsere Partner sorgen mit der heißesten und elegantesten Unterwäsche für den Look. Und unser Job ist es, das bequemste Tragegefühl zu ergänzen. Zusammen können wir mehr, können wir Großes erreichen. Das ist die wahre Stärke von professionellem Co-Branding. Zwei starke Partner, die sich zu etwas Besserem ergänzen.

Klingt logisch. Aber ist es nicht schwer, Modemarken davon zu überzeugen, mit einem Zulieferer bei Kommunikation und Markenbildung zu kooperieren?

Es ist auf jeden Fall nicht einfach. Aber sie kennen unsere Produktqualität und sie respektieren unsere Werbemaßnahmen der letzten Jahre. Sie wissen, dass wir ein Gespür für Trends haben und wir schnell auf neue Marktanforderungen reagieren können. Der Erfolg der Produkte unserer Partner ist unser Erfolg. Das bestimmt das Denken im gesamten Unternehmen. Nur starke Marken werden im Wettbewerb, der nur auf Preis fokussiert ist, Bestand haben. Zusammen sind wir stärker. Davon bin ich fest überzeugt.

„DAS IST DIE WAHRE STÄRKE VON PROFESSIONELLEM CO-BRANDING. ZWEI STARKE PARTNER, DIE SICH ZU ETWAS BESSEREM ERGÄNZEN.“

Herr Muehlmeier, vielen Dank für das Gespräch.

Gerne, es war mir ein Vergnügen.