

Drei Fragen an Thomas Seeger-Helbach,
Director Marketing & New Business
von MÄURER & WIRTZ, zu alten Werten im
Wandel der Zeit.

„Man muss sich *selbst* treu bleiben“

Herr Seeger-Helbach: Alte Werte erleben gerade in diesen unruhigen Zeiten eine Renaissance. Wenn Sie mit einem Satz erklären sollten, welche Werte für Sie persönlich wichtig sind, wie müsste der Satz lauten?

Seeger-Helbach: Sich selbst treu bleiben! Dies deckt sich übrigens auch mit dem Kerngedanken unseres geschäftlichen Handelns bei MÄURER & WIRTZ, was u. a. ein Grund dafür ist, warum ich schon so lange in diesem Familienunternehmen tätig bin. Hier reden wir auch von „Zukunft braucht Herkunft“, aber auch umgekehrt von „Herkunft braucht Zukunft“. Beides hängt voneinander ab, und zwar unter den Prämissen Glaubwürdigkeit und Kontinuität.

Werden große Marken aber heute nicht manchmal künstlich verjüngt, um sie am Leben zu halten?

Seeger-Helbach: Marken sollten sich als Persönlichkeiten wie die Menschen mit der Zeit bewegen und sich auch aktuellen Gegebenheiten bei Bedarf anpassen. Sie

sollten aber immer ihrem Markenkern treu bleiben. Man muss nicht jedem Trend automatisch folgen, und jedes frei erfundene Element kann eine Marke verfälschen oder ihr die Authentizität entziehen.

Gerne wird im Zusammenhang mit der Marke 4711 vom Potenzial zur Kultmarke gesprochen. An sich ein interessantes Thema. Allerdings sind dann häufig schnelle und radikale Verjüngungsmaßnahmen gemeint. Für mich ist 4711 aufgrund der Tradition eine „Kultur“-Marke und sollte als solche auch behandelt werden, nämlich mit besonnener und langfristiger Sichtweise. Kult ist mir viel zu kurzfristig gedacht und kann bei Traditionsmarken sogar kontraproduktiv sein. Künstliche sowie schnell herbeigeführte Verjüngung ohne Kontext findet in der Regel bei Traditionsmarken statt, an die das Management nicht mehr glaubt und sie als letzte Option betrachtet. Dies ist bei uns weder bei 4711 noch bei den anderen Traditionsmarken unseres Hauses der Fall.

Sie lancieren mit Acqua Colonia eine Eau de Cologne-Serie, die der Tradition und dem Zeitgeist von

4711 gleichermaßen verpflichtend ist. Was sprach für dieses Konzept?

Seeger-Helbach: Auf jeden Fall keine radikale Verjüngung! Wir bleiben – im Rahmen eines selektiven Ansatzes – der Dachmarke 4711 treu, indem wir die Wirkung der einzelnen Inhaltsstoffe in den Vordergrund stellen und klassische Elemente beim Design berücksichtigt haben.

Acqua Colonia ist eine Serie von fünf hochwertigen Splash- und Spray-Colognes im Retro-Design, sowohl für Frauen als auch für Männer. Es ist eine Liebeserklärung an den Geruchssinn und steht für pure Natur, Ausgeglichenheit, Harmonie, Ästhetik und Schönheit. Werte, die in der heutigen, schwierigen Zeit zunehmende Bedeutung bekommen. Wir möchten Menschen erreichen, die sich zu den Wohlgerüchen der Natur und ihren positiven Auswirkungen auf die Gemütslage hingezogen fühlen. Die zahlreichen positiven Reaktionen und Commitments des selektiven wie auch des hochselektiven Fachhandels im In- und Ausland sprechen für die Überzeugungskraft dieses Konzeptes.