

## "Hecht im Teich der dicken Blöd- und Geilkarpfen": e-tec will mit "Ätsch-Preisen" durchstarten

e-tec wendet sich erstmals mit einer groß angelegten Werbeoffensive an die breite Öffentlichkeit. Die Werbeoffensive soll dem Unternehmen ein 15 Millionen Euro schweres Stück vom weihnachtlichen EDV-Kuchen sichern. Mit sogenannten "Ätsch-Preisen" will man den Mitbewerbern das Fürchten lehren.



Der "Hecht im Teich der dicken Blöd- und Geilkarpfen" will mit "Ätsch-Preisen" punkten

© e-tec

### mehr Links

- ▶ Branchenprofi Alexander Kremer wechselt zu Tech Data (16.11.2010)
- ▶ Rote Nase, heiße Produktspecials: Tech Datas Weihnachts-Rudi ist wieder da (12.11.2010)
- ▶ Hör mal, dein Hybrid-Receiver spricht: Triax bringt Hörbuch-Anbieter exklusiv nach Österreich (12.11.2010)
- ▶ Zuwachs bei Tech Data: Gernot Berthold verstärkt das Team als Account Manager (11.11.2010)
- ▶ Ein Kaiserreich für HD: ORF startet Infokampagne zu den HDTV-Angeboten (10.11.2010)

"Unsere Preise sind mehr als konkurrenzfähig. Mit unserer schlanken Struktur und der durchdachten Logistik lassen sich beträchtliche Preisvorteile gegenüber dem Wettbewerb erzielen, die wir an unsere Kunden weitergeben", so Unternehmensgründer Bert Kuhn. In der Werbung nennt er das dann "Ätsch-Preise". "Die kreative Idee entspricht genau unserem Konzept und wird in alle medialen Bereichen optimal umgesetzt", ist Kuhn mit der Werbung zufrieden. Unter anderem auch im TV

"Wir positionieren e-tec als pfliffigen Hecht im Teich der dicken Blöd- und Geilkarpfen. Preisgünstigkeit wird als Stilmittel eingesetzt und ist wesentlicher Bestandteil des Markenkerns", so Erwin Schmolzer, kreativer Mastermind hinter der Kampagne.

### 15 Mio. Euro Umsatz zu Weihnachten

Der Einkauf sämtlicher Produkte erfolgt auf e-tec.at oder direkt in einem der 14 Shops. "In jeder Filiale sind über 1.000 verschiedene Artikel lagernd, in der Zentrale in Timelkam sogar über 4.000", sagt Kuhn.

Die Ziele für Weihnachten sind ehrgeizig gesteckt. Kuhn erwartet einige EDV-Packerl unterm Weihnachtsbaum. "15 Millionen Euro Umsatz im Weihnachtsgeschäft sind realistisch", meint er.



**Kuhn: "15 Millionen Euro Umsatz im Weihnachtsgeschäft sind realistisch"**

© e-tec

Drucken    Empfehlen    Kommentieren    Share

**Weiters empfehlen wir folgende Artikel aus unseren B2B-Medien:**