

## Presse-Information

**Aktives Brand-Management der Marke Recaro**

### **Vier Geschäftsfelder, eine Marke: Recaro Kampagne schafft Synergien und Sichtbarkeit**

**Stuttgart. Eine Marke, vier Geschäftsfelder, ein gemeinsames Ziel: den besten Sitz für jeden Anwendungsbereich. Mit dieser Leidenschaft begeistert Recaro seit Jahrzehnten Automobil-Enthusiasten, Familien, Flugzeugpassagiere und mittlerweile auch Gamer. Das spiegelt die neue Recaro Markenkampagne wider: Im Fokus von vier Filmen stehen Fans, die einen besonderen Recaro Moment erleben.**

Unter der Leitung der Recaro Holding, die als integrierende Markenholding fungiert, ist die neue Markenkampagne als Gemeinschaftsprojekt entwickelt worden. Beteiligt waren die Tochtergesellschaften Recaro Aircraft Seating und Recaro Gaming sowie die Lizenzpartner Recaro Automotive und Recaro Kids. Als Kern der Kampagne wurden vier Image-Filme produziert, die die besonderen Kundenmomente mit Recaro Flugzeug-, Auto-, Kinder- und Gaming-Sitzen erlebbar machen.

Ziel der Kampagne ist es, Fans der Marke die gesamte Recaro Welt näherzubringen. Denn Recaro ist in vier ganz unterschiedlichen Geschäftsfeldern aktiv – mit jeweils unterschiedlichen Produkten, Märkten und Zielgruppen. „Es gibt nicht viele Marken, die derart breit aufgestellt sind. Das ist für die Markenführung eine Herausforderung,

aber auch eine Chance“, erklärt Hendrik Ockenga, Director Brand & Communications in der Recaro Holding. „Mit der Kampagne wollen wir Synergien nutzen und die Sichtbarkeit der Marke über alle Geschäftsfelder hinweg stärken. Dabei soll auch das vorhandene Zielgruppen-Potenzial noch besser ausgeschöpft werden.“

Aus diesem Grund verbreiten Recaro Aircraft Seating, Recaro Gaming, Recaro Automotive und Recaro Kids auf ihren Kanälen nicht nur die Inhalte zu den eigenen Produkten, sondern alle Filme der Kampagne. So entsteht für die jeweiligen Kunden ein vollständiges Bild der Marke. „Indem wir beispielsweise Gamern unseren Automotive-Hintergrund und Eltern unsere Flugzeug-Sitze vorstellen, erhält jedes Geschäftsfeld Sichtbarkeit über die eigene Zielgruppe hinaus“, erklärt Hendrik Ockenga. „Diese Arbeit ist für uns als Markeninhaber und Lizenzgeber wesentlicher Bestandteil unseres Brand-Managements. Der enge Austausch mit den Recaro Geschäftsfeldern ist dabei essenziell.“

Die Recaro Kampagne wird bis in den November hinein unter dem Hashtag #RECAROmoments auf allen Recaro Social-Media-Kanälen sowie der Landingpage unter [recaro.de/recaromoments](https://recaro.de/recaromoments) zu sehen sein.

### *Über die Recaro Group*

*Zur Recaro Group gehören die Recaro Holding mit Sitz in Stuttgart sowie die selbstständig operierenden Spartengesellschaften Recaro Aircraft Seating in Schwäbisch Hall und Recaro Gaming in Stuttgart. Der konsolidierte Gruppenumsatz belief sich 2020 auf mehr als 300 Millionen Euro. Die Gruppe beschäftigt weltweit mehr als 2.200 Mitarbeiter.*

*Das Geschäft mit Automobilsitzen wird durch den Lizenzpartner Recaro Automotive und das Geschäft mit Kindersitzen sowie Kinderwagen durch den Lizenzpartner Recaro Kids betrieben.*

RECARO-PR

17. September 2021

Pressekontakt RECARO Group

Hendrik Ockenga

Telefon: +49 711 25277-240

hendrik.ockenga@recaro.com