

TRENDBAROMETER



Viel Lärm um Keime

75 Prozent der Amerikaner verwenden bis zu sechs Desinfektionsmittel parallel, berichtete unlängst die «New York Times» und nannte die USA eine Nation der «Germophobes». Auch zahlreiche Prominente von Madonna bis Justin Timberlake sind von dieser Manie betroffen. Sie bescheren nicht nur den Anbietern von Antikeim-Sprays und -Gels, sondern auch von keimabtötenden Fussmatten und speziellen Beschichtungen für Tastaturen oder WC-Brillen glänzende Umsätze.

Nun springt auch die Modeindustrie auf diesen Sauberkeitszug auf. Der New Yorker Hersteller VoyVoy hat eine ganze Kollektion von Shirts und Hemden auf den Markt gebracht, die mit einem eingebauten Reinigungstuch für Elektrogeräte und Brillen ausgestattet sind. Diese Mikrofasertücher sind mit Nanopartikeln beschichtet, die im Handumdrehen für Sauberkeit sorgen. Der deutsche Hersteller des Desinfektionsmittels «Antivirus» führte in diesem Jahr zudem eindrucksvoll vor, dass sich das spröde Thema Hygiene auch für eine spektakuläre Promotion-Aktion eignet.

Beim Hamburg Marathon schickte der Hersteller Antiseptica insgesamt sechs Teilnehmer mit mobilen Stempeln zu einer «Handvertising» getauften Werbeaktion auf die Strecke. Die Stempel waren auf der Handinnenfläche in einen Handschuh eingepasst. Die Läufer waren aufgerufen, so viele Zuschauer wie möglich am Streckenrand mit diesen Handschuhen abzuklatschen und dabei einen Stempelaufdruck auf deren Hand zu hinterlassen. Dieser lautete: «Genau so werden eklige Bakterien übertragen». Ein zweites Läuferteam der Firma verteilte anschliessend Produktproben.

Herzlich,
Ihre Corinna Mühlhausen