

# weg-mit-kevin.de

Sehr geehrte Ferrero-Marketingabteilung,

mit Erstaunen musste ich zur Kenntnis nehmen, dass Sie vor kurzem das Packungsdesign der Kinder Schokolade verändert haben. Neben gestalterischem Kleinkram wie der Änderung der Schriftarten, den Ihnen Ihre Verpackungsdesigner vermutlich für einige Tausend Euro als notwendige Modernisierung verkauft haben, ist mir vor allem der Verzicht auf das 30 Jahre lang bewährte Gesicht von Günter Euringer negativ aufgefallen.

Mit der Wandlung von Günter zu „Kevin“ (der genaue Name des neuen Modells ist mir leider nicht bekannt) nehmen Sie mir ein Stück Kindheitserinnerung, ja, geradezu ein Stück Identität. Wenn Sie Ihre Werbung für Ihre Serie der Kinder-Produkte selbst Ernst nehmen würden, in der Sie gezielt um mich als jung gebliebenen Erwachsenen buhlen, würden Sie mich nicht mit einer Veränderung des Produktdesigns der Kinder Schokolade sowie mit dem damit verbundenen Raub eines Stücks meiner Identität vor den Kopf stoßen.

Weil Sie es dennoch tun, fühle ich mich als Verbraucher gekränkt und werde – zumindest bis auf weiteres – auf den Konsum Ihrer Produkte verzichten, bis Sie mir den Kauf der Kinder Schokolade im gewohnten Design wieder ermöglichen.

Mit freundlichen Grüßen

