



PRESSEMITTEILUNG

Werdet durstig – die erste Limo kommt:

360° Kampagne zur Einführung von Die Limo von granini

Nieder-Olm, im März 2013. Eine erwachsene Limonade mit echtem Fruchtgeschmack und herbsüßer Note – mit **Die Limo von granini** besetzt die Eckes-Granini Deutschland GmbH das Erfrischungssegment auf neue Weise. Zur Markteinführung im April 2013 hat sich der Fruchtsafthersteller für eine umfassende Kampagne auf allen Kanälen entschieden. Verantwortlich für die klassische TV Kampagne ist die Düsseldorfer Agentur Havas, das Packaging-Design, die below the line Maßnahmen sowie social media Aktivitäten stammen von der Agentur Flächenbrand in Wiesbaden in Zusammenarbeit mit der Münchner Agentur Berger Baader Hermes.

„Unsere Kommunikationsstrategie für granini Die Limo ist erwachsen, mit einem kleinen Augenzwinkern – so wie das Produkt – und erreicht unsere Kunden dort, wo sie sich gerne aufhalten“, sagt Stefan Müller, Marketingleiter der Eckes-Granini Deutschland GmbH. „Neben TV setzen wir dabei insbesondere auf den Bereich Online und auf eine frische und authentische Tonalität, die sich durch die gesamte Kampagne zieht.“

Die Kampagne zeichnet sich durch drei Phasen aus, um die Produkteinführung optimal zu begleiten. Los geht es noch vor Handelsstart im April mit der Prelaunch Phase, in der die erste Limo von granini angekündigt wird, ohne zu viel zu verraten, um Neugierde und Begeisterung zu wecken. Auf der brandneuen Facebook Die Limo Seite können sich die ersten Fans für ein exklusives Sneak Preview Limo Starterpaket bewerben. Neben den allerersten Flaschen, die sich noch in einem Erl-Gewand verstecken, sind statische

Sticker mit von der Partie, die sowohl visuell als auch textlich aufmerksamkeitsstark zum Limo-Fan werden auffordern.

Die Sticker mit Headlines wie „Werdet durstig!“, „Kauft mehr Kühlschränke!“, „Verliebt euch!“ und „Seid dabei“ kommen auch ab Mitte März in sechs Saturn Märkten in Hamburg, Berlin, Köln, Frankfurt, München und Mainz zum Einsatz. Zusätzlich wird die Aktion in den Saturn Märkten durch einen flächendeckenden Instore TV Spot unterstützt, der die erste Limo geheimnisvoll ankündigt. Getreu dem Motto „sagt es weiter“ fand zeitgleich eine Guerilla Aktion in den größten Städten des Landes statt, bei denen „Limo-Jünger“ mit Plakaten und Flyern in QR Code Optik Passanten auf der Straße von der „Idee“ begeisterten.

Am Ende der Prelaunch Phase wird das Geheimnis selbstverständlich gelüftet, alle drei der leckeren neuen Limo Sorten von granini werden in den bereits bestickerten Saturn Märkten versampelt.

Nahtlos folgt die Launch Phase mit einer groß angelegten Probieraktion aller Sorten auf Facebook sowie einer virtuellen Couponing Aktion und einem QR Gewinnspiel.

Der TV-Spot ab Juni sowie klassische Werbemaßnahmen und Verkostungen am POS leiten schließlich über zum Höhepunkt der Kampagne. Was genau geschehen wird, bleibt noch geheim. So viel vorab: Die Fans der Limo und Die Limo selbst werden gemeinsame Sache machen – und das nicht nur auf Facebook, sondern auf allen Kanälen, sowohl im Netz, als auch offline. Alles, um die alles entscheidende Frage zu klären...

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG / Britta Fey und Anja Dittmar
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 63-553, Telefax 0 89 / 89 39 84 29
E-Mail: a.dittmar@engel-zimmermann.de

Herstelleranschrift:

Eckes-Granini Deutschland GmbH, 55266 Nieder-Olm
Telefon: 06136 / 35-04, Fax: 06136 / 35-1400

www.eckes-granini.de
www.granini.de