

Zuegg verspricht "Granatapfel statt Zuckerbombe"

OLN NEWS, AGENTUREN, HANDEL | 17.10.2018

Neue Kampagne von Heimat Wien soll die "Leichtigkeit der Säfte" des Südtiroler Unternehmens transportieren.



2 von 3 Bildern

© Heimat Wien

Nach der erfolgreichen Einführung der Zuegg Marmeladen im deutschsprachigen Markt 2017 finden jetzt auch die neuen Fruchtsäfte des Südtiroler Unternehmens ihren Platz in den heimischen Regalen. Die Kampagne der Lead Agentur Heimat Wien knüpft in Stilistik und Tonalität an jene zur Einführung der Marmeladen an. Kernbotschaft der Kampagne: Die Fruchtsäfte von Zuegg kommen komplett ohne Zuckerzusatz aus und bieten damit eine leichte Alternative zu vielen anderen Säften am Markt.

"Unser Ziel war es, mit den lockeren Headlines die Leichtigkeit der Säfte zu transportieren und gleichzeitig das Markenprofil, das wir mit den Marmeladen aufgebaut haben, weiter zu schärfen", so Georg Feichtinger, Kreativchef von Heimat Wien. Zu sehen ist die Kampagne seit Ende September auf diversen Out Of Home Medien, in Print und natürlich auch online – allen voran in den Social Media Kanälen. Zu hören ist sie außerdem im Radio mit einem Spot, der beweist, dass das italienische Unternehmen auch über sich selbst lachen kann.

Markus Wieser, Geschäftsführer von Heimat Wien, betont: "So eine Kampagne zu erarbeiten, macht uns natürlich besonders viel Spaß, weil wir die italienische Lebensfreude transportieren dürfen – dabei kommt der Humor natürlich nicht zu kurz. Das Schöne ist, dass der Witz der Kampagne auch für erfreuliche Zahlen sorgt." (red)