

PRESSEMITTEILUNG

Jetzt wird's unverschämt:

Neue Kampagne von miree stellt Tischregeln auf den Kopf

Buchloe, im April 2016: „Unverschämt locker. Unverschämt lecker.“ – unter diesem Motto startet miree ab April 2016 mit einer groß angelegten Kommunikationsoffensive durch. Ziel ist, die bekannte Frischkäsemarke neu zu positionieren und ihr ein frisches Image zu verleihen. Zielgruppe sind vor allem junge, urbane Genießer zwischen 20 und 49 Jahren. Thematisch dreht sich alles um Tischregeln – die allerdings ordentlich auf den Kopf gestellt werden. Ein so lockerer Frischkäse wie miree darf auch genauso locker und lässig gegessen werden, so die zentrale Aussage. Die Kampagnenmotive inszenieren humorvoll und bewusst provozierend unkonventionelle miree-Verzehrsmomente: Ob entspanntes Schleckern vom Finger oder dem Dekolleté, den Mund mal zu voll nehmen oder sich voller Lebenslust gegenseitig füttern – mit miree ist genießen überall und jederzeit ausdrücklich erlaubt, fernab der gängigen Tischregeln.

„Die unverschämt lockere Konsistenz und die vielen Geschmacksrichtungen – das ist genau das, was miree so besonders lecker macht. Unsere neue Kampagne rückt genau dieses einzigartige Geschmackserlebnis in den Vordergrund und macht Appetit auf den spontanen und entspannten miree Genuss“, so Ger- not Döffinger, Liter Marketing Karwendel-Werke Huber GmbH & Co. KG.

Authentisch & echt das urbane Lebensgefühl erfassen

Unsere Einstellung zum Thema Food hat sich grundlegend verändert. Essen ist heute Teil des persönlichen Lifestyles. Bei dem was und vor allem wie wir essen und kochen bestimmen nicht mehr althergebrachte steife Regeln sondern einzig und allein wir nach Lust und Laune. Genau diesen Trend greift die neue miree Kampagne auf. Mit seiner lockeren Konsistenz und seiner Sortenvielfalt passt miree perfekt zu dieser modernen und unkomplizierten Einstellung. Die Motive der Kampagne sind Momentaufnahmen voller Lebensfreude und individuellen, spontanen Genusses. Der Spaß am Essen steht dabei im Vordergrund

und bewusst wird jeweils eine der traditionellen Tischregeln über Bord geworfen. Der Look ist urban, frech und uninszeniert.

„Weil Food das neue Fashion ist, haben wir uns bewusst für einen Look entschieden, der von Fashion inspiriert ist. Mode und Essen werden so konsequent in einen Kontext gestellt“, erläutert Norman Störl, Co-Gründer und Co-Geschäftsführer von BLOOD Actvertising, die Kreativstrategie.

Entsprechend auch die Auswahl der Kampagnenmodels: „Bei unseren Anzeigen und auf den Plakaten soll sich die Gruppe der trendigen und lässigen Genießer natürlich auch optisch wiederfinden. Daher haben wir als Models gezielt unkonventionelle und einzigartige Persönlichkeiten ausgewählt. Sie liefern ein realistisches Abbild unserer urbanen, bunten Gesellschaft und sind genauso locker und vielfältig wie unser miree Frischkäse“, so Döffinger.

Unverschämt große Reichweite

Aufmerksamkeit deutschlandweit garantieren neben den Inhalten auch die zahlreichen Kanäle, auf denen die Kampagne gespielt wird: In Print sorgen Anzeigenmotive sowohl in auflagenstarken zielgruppenaffinen Publikumstiteln als auch in den wichtigsten Branchen- und Fachmedien für große Sichtbarkeit der Kampagne und der Produkte – bei rund 500 Mio. Kontakten. Eine starke flächendeckende Präsenz out-of-home garantieren Plakate, die bundesweit in urbanen Umfeldern und Ballungsräumen die Blicke der Passanten auf sich lenken. Auch online kommt sicher kein Genießer an miree vorbei: Eine reichweitenstarke Banner-Offensive wird begleitet von Aktionen auf der Markenwebseite miree.de und unter www.lecker.de/miree. Auf den markeneigenen Plattformen machen Rezepte und Tipps Appetit auf lässigen Genuss mit dem unverschämt lockeren Frischkäse. Hinzu kommen tagesaktuelle Postings auf Facebook und weiteren Social-Media Kanälen, die die junge Zielgruppe auf ihren Smartphones im Alltag erreicht und zu miree verführen. Kooperationen mit kreativen Food-Bloggern runden die breit angelegte Kampagne ab.

Beteiligte Agenturen und Dienstleister:

- Konzeption / Werbung / Kreation:
BLOOD Actvertising GmbH, Hamburg
- Mediaplanung:
HMS Group Vizeum GmbH, Hamburg
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:
Engel & Zimmermann AG Unternehmensberatung für Kommunikation,
Gauting

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Silke Ponert und Annika Geiger
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 63 – 587, Telefax: 0 89 / 89 39 84 29
E-Mail: s.ponert@engel-zimmermann.de

www.miree.de