

Rotbäckchen®



Presseinformation

Rotbäckchen verlängert die Image-Video-Kampagne zum 70-jährigen Geburtstag mit neuen Spots

In der aktuellen Spot-Fortsetzung des Kampagnenleitmotivs #zusammenwirdsambesten werden jahreszeitgerecht die Rotbäckchen Shots „Vitaminkick“ und „Immunstark“ in Szene gesetzt.

Unkel/Köln, September 2022. Die Fruchtsaftmarke Rotbäckchen setzt die, im Februar, anlässlich des 70-jährigen Bestehens gestartete Video-Kampagne „Zusammen wird's am besten“ mit neuen Bewegtbildmotiven fort. Das Herzstück des neuen Flights sind zwei Spotvariationen à 6' und 15' Sekunden, die passend zum Start der nasskalten Jahreszeit jetzt die Rotbäckchen Shots „Vitaminkick“ und „Immunstark“ in Szene setzen und ab September im digitalen TV OTT/DTV, YouTube und einer Verlängerung in Social Media mit einer Reichweite von rund 10 Mio. Impressionen an die Zielgruppe junge Familien ausgespielt werden. Wie schon in dem initialen Spot der Kampagne im Februar präsentiert Rotbäckchen – die fürsorgliche Fruchtsaftmarke für Eltern mit Kindern – typische Alltagsmomente von Familien, in denen etwas misslingt, sich die Situation aber aufgrund einer kindlichen Unbeschwertheit und des Zusammenhalts der Protagonisten zum Positiven auflöst. Die neue im September startende Kampagnenverlängerung zeigt in zwei Spotvariationen, wie Vater und Tochter liebevoll ihre Räder für eine Fahrradtour in einer Garage vorbereiten, beim Öffnen des Tores aber sturzflutartiger Regen niedergeht. „Ihr seid nicht perfekt, ihr seid großartig“ lautet auch in diesen Spots das Fazit, wenn beide trotz der Widrigkeiten, aber gestärkt mit Vitaminen, Mineralstoffen und besten Früchten aus den Rotbäckchen Shots dennoch aufbrechen. „Auch bei dieser zweiten Kampagnen-Story geht es wieder darum, dass Familien-Alltag auch bedeutet, dass nicht immer alles perfekt nach Plan läuft, es sich aber lohnt das Unperfekte

Rotbäckchen®



Presseinformation

einfach mal zuzulassen und das Zusammensein zu genießen.“, erklärt Silke Reuter, Marketingleiterin bei Haus Rabenhorst.

Die Verlängerung der Kampagne mit den neuen Video-Spots, die in zwei Variationen, – eine mit und eine ohne Trinksituation der Rotbäckchen Shots „Vitaminkick“ und „Immunstark“ – lanciert werden, stammt aus der eigenen Marketingabteilung von Haus Rabenhorst. Für die filmische Umsetzung wurde, diesmal Paperplane Productions aus Aachen beauftragt.

Die Schaltung des neuen Videospots im Digitalen TV OTT/DTV, YouTube mit Verlängerung auf Rotbäckchen Social-Media-Kanälen ist Teil einer Reihe von Media- und Marketingmaßnahmen zum 70. Jubiläum der Marke. Neben klassischen PR-Aktionen und Anzeigenschaltungen sowie verschiedenen Social Media-Kampagnen sind im Geburtstagsjahr 2022 auch erstmalig in größerem Rahmen mehrere Influencer- und Blogger-Kooperationen sowie seit August auch viele Aktivitäten mit der Rotbäckchen Markenbotschafterin Patricia Kelly in der Umsetzung. Abgerundet wird der Media Mix 2022 durch zahlreiche Produkttester- und umfangreiche Samplings mit verschiedenen Handels- und Medienpartnern.

Über Rotbäckchen

Rotbäckchen ist eine der wenigen Marken, die über Jahrzehnte hinweg geblieben ist, was sie immer war – ein Gütesiegel für gesunde Ernährung. Generationen von Familien vertrauen auf den Saft mit der magischen Originalformel. Das Geheimnis der magischen Formel von Rotbäckchen liegt in der ausgewogenen Komposition der verschiedenen Zutaten. Alle Rotbäckchen- Produkte werden mit Liebe und Sorgfalt hergestellt. Rohstoffe von höchster Qualität werden naturbelassen und besonders schonend verarbeitet.