

Weil ehrlich gut.

BIONADE Kampagne, die Zweite

Nach mehrjähriger Werbeabstinenz hatte sich BIONADE im Frühjahr 2019 mit einer Markenkampagne zurückgemeldet. Daran knüpft der Bio-Pionier jetzt an: Ab dem 20. April startet die Fortsetzung mit neuen TV-Spots, Plakatwerbung und einer Digitaloffensive unter dem Motto „BIONADE. Weil ehrlich gut.“

Darf man in Krisenzeiten wie diesen werben? Mit Selbstironie? Mit kleinen witzigen Ideen? „Wir bei Bionade haben uns dafür entschieden“, so Marketingleiterin Svenja Lonicer. „Denn wir alle – auch die Konsumenten – freuen sich angesichts immer neuer Eilmeldungen und Sondersendungen über ein Stück Normalität und haben mehr und mehr den Wunsch, sich mit anderen Dingen zu beschäftigen. Unsere BIONADE Kampagne ist genau das – und noch mehr: Sie bringt ihre Betrachter zum Schmunzeln.“

Dennoch weiß auch das BIONADE Team um die Herausforderungen in dieser Zeit und leistet im Rahmen seiner Möglichkeiten Unterstützung, gemeinsam mit der Muttergesellschaft HassiaGruppe. Zum Beispiel mit Warenlieferungen an helfende Hände in Krankenhäusern, bei den Tafeln und weiteren Organisationen.

Das eine zu tun, heißt für Svenja Lonicer aber nicht, das andere zu lassen: „Unsere Markenarbeit setzten wir fort, um BIONADE weiter voranzubringen. Vor allem unsere Naturtrüben, die Nummer zwei und drei in unserem BIONADE Sortiment. Sie stehen im Fokus der Kampagne-Fortsetzung.“ Die Kampagne wurde, wie auch im Vorjahr, gemeinsam mit thjnk München entwickelt. Die Umsetzung der Spots erfolgte durch FoxDevil Films

Los geht es ab dem 20. April mit neuen BIONADE Spots auf vielen TV-Sendern, die auch auf der Website abrufbar sind unter: www.bionade.de/ehrliche-spots/. Parallel läuft eine Digitalkampagne auf reichweitenstarken Portalen und Social Media sowie eine Plakatkampagne vor Verbrauchermärkten.

Ab Juni geht es mit einem zweiten Plakatflight in den fünf größten Städten Deutschlands weiter: Auf Ganzsäulen, Megalights und Infoscreens an Bahnhöfen werden die neuen BIONADE Motive ebenfalls für das eine oder andere Schmunzeln sorgen.

Ein weiterer Flight ist ab Mitte Juli geplant, dann auch mit einem eigenen Motiv für BIONADE Himbeer-Pflaume: Bisher vorwiegend in Bioläden verfügbar, ist der „heimliche Star“ der BIONADE Familie seit diesem Jahr bundesweit im Handel.





Kunde Bionade GmbH, Ostheim/Rhön
Marketingleitung: Svenja Lonicer
Senior Brand Manager: Judith Blasinger

Agentur: thjnk, München
Geschäftsführer Kreation: Hans-Peter Sporer
Geschäftsführer Beratung: Thomas Canzar
Account Director: Janne Kridlo
Account Manager: Jan Rabstein
Creative Director Art: Dimitrios Arampatzioglou
Creative Director Copy: Desiree Leiprecht
Creative Senior Art: Gregor Renn
Creative Senior Copy: Clemens Kandziora

Produktion: FoxDevil, Berlin/Hamburg
Regie: Kay Kienzler
Kamera: Casey Campbell
Producer: Katya Vlasova und Tobias Kachel

Über BIONADE

BIONADE ist das erste Erfrischungsgetränk, das aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen hergestellt wird. BIONADE ist mit dem Bio-Siegel zertifiziert, vegan, laktose- und glutenfrei. Durch ein spezielles Herstellungsverfahren enthält BIONADE deutlich weniger Zucker als vergleichbare Erfrischungsgetränke. Je nach Sorte kommen noch Säfte und Extrakte aus Früchten, Kräutern oder Wurzeln aus biozertifiziertem Anbau hinzu. BIONADE hat zudem den Anspruch, mit Anstand gegenüber der Gesellschaft und Natur zu wirtschaften und Verantwortung zu übernehmen.

Die Bionade GmbH in Ostheim/Rhön ging aus der dort ansässigen Privatbrauerei Peter hervor. Der Erfinder von BIONADE war Diplom-Braumeister Dieter Leipold. Unter dem Dach der Bionade GmbH sind heute die Produkte der Marken BIONADE und Ti Erfrischungstee vereint. Seit Januar 2018 sind sie Teil der HassiaGruppe.

Pressekontakt BIONADE GmbH

Svenja Lonicer
Leiterin Marketing
✉ presse@bionade.de
☎ +49 (97 77) 9101 827

Interviewanfragen Hassia Mineralquellen

Sibylle Trautmann
Leiterin PR / Öffentlichkeitsarbeit
✉ sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com
☎ +49 (61 01) 403 1416