

## Eine Milliarde Kontakte für BIONADE Premium-Eistees

**Unter dem Motto „Volltreffer“ startet die neue BIONADE Eistee-Kampagne. Ganz im Sinne der Nachhaltigkeit recycelt BIONADE ihren Spot aus 2024 zur kommunikativen Unterstützung des neuen Eistee Granatapfel. Die 360° Kampagne setzt dabei auf Plakat, Digital-Bewegtbild, Digital-Banner, Social Media sowie Gaming-Elemente.**

**Ostheim v. d. Rhön, 01.06.2026:** Ab dem 01.06.2026 startet die neue nationale 360° Kampagne der BIONADE Premium-Eistee-Range, bestehend aus Pfirsich, Zitrone und der neuen Sorte Granatapfel. Die neue Sorte steht dabei im Mittelpunkt, wobei gleichzeitig die bestehende Range gestärkt wird.

Die Kampagne verbindet Out-of-Home, Digital-Advertising, Social-Media, POS-Maßnahmen sowie eine interaktive Gaming-Landingpage und bringt die Eistee-Range damit aufmerksamkeitsstark in den Alltag der Konsumenten. In Kombination all dieser Kanäle werden so eine Milliarde Kontakte für BIONADE erzielt.

„Mit unserer starken Eistee-Kampagne schaffen wir Aufmerksamkeit, stärken die Relevanz unserer Premium-Eistees im Alltag der Konsumenten und machen gleichzeitig Lust auf natürliche, alkoholfreie Erfrischung mit echt leckerem Eistee-Geschmack.“, sagt Ronny Lindstädt, Marketingleiter BIONADE.



## Eistee-Range mit klarem Fokus auf der neuen Sorte Granatapfel

Die bestehenden Sorten Pfirsich und Zitrone bilden das erfolgreiche Fundament der BIONADE Premium-Eistees und sorgen für Wiedererkennung im Markt. Die neue Sorte Granatapfel erweitert das Sortiment um eine intensiv-fruchtige Geschmacksrichtung und übernimmt innerhalb der Kampagne die Rolle des zentralen Impulsgebers. Das Motto „Volltreffer“ des bestehenden, wirksamen und auf BIONADE-Art wieder genutzten Spots ([Unser \(fast\) neuer Spot!](#)) könnte nicht besser zur neuen Sorte passen. Er spiegelt relevante Eistee-Verwendungssituationen und inszeniert die Bio-Eistees als verbindende und spaßige alkoholfreie Alternative. Gleichzeitig vermittelt er Leichtigkeit und Frische und macht deutlich Lust auf den neuen Eistee Granatapfel.



BIONADE Spot „Volltreffer“ inklusive Eistee Granatapfel | Fotos: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei

## 360° Kampagnenansatz für maximale Aufmerksamkeit

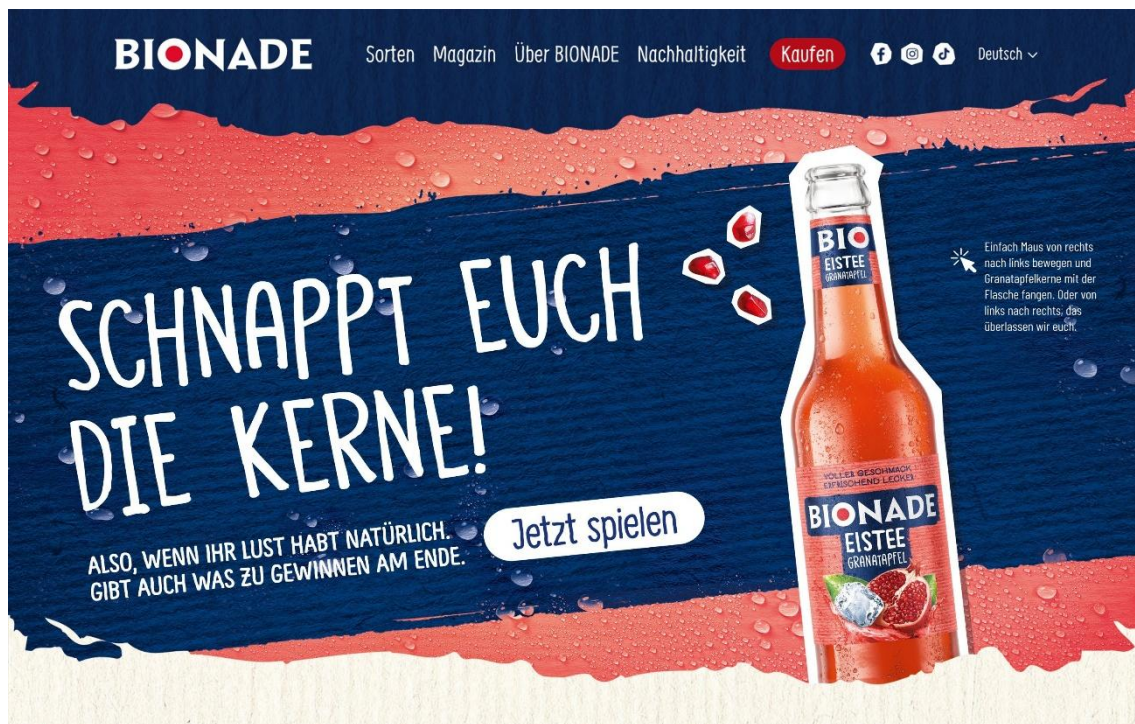
Die nationale Kampagne umfasst neben Bewegtbild und Banner-Werbeformate im Digitalen vor allem großformatige OOH-Motive. Mit insgesamt sieben Motiven werden neben dem Eistee Granatapfel auch die starken Eistee-Sorten Pfirsich und Zitrone zu sehen sein. Wie von BIONADE gewohnt mit humoristisch, selbstironischen Headlines. Ergänzend werden gezielt POS-Maßnahmen im Handel umgesetzt, um die erzielte Aufmerksamkeit in Kaufimpulse am Point of Sale zu transferieren.



BIONADE POS-Plakat der Premium-Eistee-Range | Fotos: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei

## Gaming-Element für jene, die mehr erfahren möchten

Erstmalig setzt BIONADE auf ein vertiefendes Gaming-Element auf der Kampagnen-Landingpage ([www.bionade.de/eistee](http://www.bionade.de/eistee)) durch ein neues Granatapfel-Spiel. Nutzer werden eingeladen ihre „Kernkompetenz“ zu zeigen und eine leere Eistee Granatapfelflasche durch das Aufsammeln herabfallender Granatapfelkerne zu befüllen. Die neue Sorte wird so spielerisch erlebt und stärker im Bewusstsein der Zielgruppe verankert.



BIONADE Online-Spiel für den neuen Premium-Eistee Granatapfel | Fotos: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei

## Social Media Verlängerung

Die Kampagne wird durch Social-Media-Content auf den eigenen Kanälen auf Instagram und TikTok ergänzt, welcher die Sorten Pfirsich, Zitrone und Granatapfel in authentischen Alltagssituationen zeigt. Im Fokus stehen Erfrischung, Genuss und moderne Lifestyle-Momente rund um den Eistee-Konsum.

## Informationen zur Kampagne

- Kampagnenzeitraum: 01.06. – 16.08.2026
- Kreativagentur: [thjnk Germany GmbH](#)
- Spot-Produktion: [CHUNK Filmproduktion GmbH](#)
- Granatapfel-Spiel: [Super Digital](#)



## **Über BIONADE**

Die Bionade GmbH in Ostheim/Rhön ging aus der dort ansässigen Privatbrauerei Peter hervor. Der Erfinder von BIONADE war Diplom-Braumeister Dieter Leipold. Seit dem Jahr 2018 gehört sie zur HassiaGruppe. Hergestellt wird BIONADE aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen; sie 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. Mehr unter: [www.bionade.de](http://www.bionade.de)

## **Pressekontakt**

### **BIONADE GmbH**

Susanne Seufert

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

✉ [presse@bionade.de](mailto:presse@bionade.de)

☎ +49 (97 77) 9 10 10