



40 Jahre BUTARIS Butterschmalz -

Neue Kampagne: IMMER ORIGINELL.DAS ORIGINAL.

BUTARIS, Marktführer im Bereich Butterschmalz, startet im Herbst 2018 seine neue Kampagne unter dem Motto: IMMER ORIGINELL.DAS ORIGINAL. mit einer umfangreichen TV- und Anzeigenkampagne sowie einer Kooperation als offizieller Partner der erfolgreichen SAT.1-Kochshow „The Taste“. Dairy Fine Food GmbH möchte mit diesem Medien-Engagement für seine Marke BUTARIS noch stärker jüngere, kochaffine Zielgruppen ansprechen.

Die integrierte Kommunikationskampagne des Butterschmalzherstellers Dairy Fine Food (DFF) wird von den Hamburger Agenturen **neues aus hamburg, Mediaplan und UHLIG PR & KOMMUNIKATION** umgesetzt. Neben dem bereits bekannten TV-Spot, der von neues aus hamburg auf 15“ Sek. gekürzt und mit einem neuen Sprechertext versehen wurde, wird es eine weitere Spot-Version im Rahmen der SAT. 1 Kochshow „The Taste“ geben. In diesem Gewinnspiel-Spot wird der Hauptgewinn auf 15.000 € und eine exklusive Küchenparty mit einem der Show-Finalisten ausgelobt. Zusätzlich zur TV-Präsenz erfolgt auch ein Website-Relaunch im neuen Marken-CI unter Federführung von UHLIG PR & KOMMUNIKATION. Flankierend plant die Agentur begleitende PR-Maßnahmen. Die Agentur Mediaplan übernimmt die Anzeigenplanung in den zielgruppen- und kochaffinen BURDA-Titeln.

Der TV-Spot präsentiert die Vielfalt von BUTARIS

Der TV-Spot wird ab dem 01. Oktober 2018 auf diversen reichweitenstarken SevenOne-Sendern ausgestrahlt und damit ca. 43 Millionen TV-Kontakte erreichen. Im Jubiläumsspot macht BUTARIS allen Familienmanagerinnen, Hobbyköchen, Foodies & Genießer mit leckeren Bildern und einer aktivierenden Ansprache Lust auf originelle Ideen mit dem Original.

Die kommunikative Unterstützung – vernetzt, verjüngt und zum Kauf anregend

Begleitet wird die Schaltung vom Relaunch der Website im Look des TV-Spots. Auf einfache Weise und mit wenigen Klicks bewegt sich der User hier in der frisch designten BUTARIS-Markenwelt. Außerdem wird die Kampagne in Premium-Koch- und -Lifestyle-Magazinen von BURDA mit zahlreichen, attraktiven Anzeigenschaltungen zu sehen sein. Flankierende PR-Maßnahmen vermitteln gezielt Verzehranlässe (z.B. viele originelle Rezeptideen und Warenkunde). Platzierungen von Gewinnspielen in Online- und Printmedien sowie Social Media-Aktivitäten inkl. Kooperationen mit Food-Bloggern und aufmerksamkeitsstarke Displays am POS sollen darüber hinaus zu verstärkten Kaufanreizen führen. So wird die BUTARIS-Medienoffensive dem Handel gute Möglichkeiten bieten, vom Wachstum der Marke zu profitieren.

September 2018

Abdruck honorarfrei/Belege erbeten

© BUTARIS

Pressekontakt:
UHLIG PR & KOMMUNIKATION GmbH
Kattrepelsbrücke 1, 20095 Hamburg
Carola Blaschke, 040 767 969-34, carola.blaschke@uhlig-pr.de