

16.05.2022 – 14:38 Uhr

Kneipp wirbt für Selbstfürsorge in bewegten Zeiten / Erste globale Dachmarkenkampagne für die Marke Kneipp und Rückkehr in TV-Werbung



Würzburg (ots) -

"Dreh die Welt öfter um Dich selbst" lautet die zentrale Botschaft der ersten globalen Dachmarkenkampagne von Kneipp, einem führenden Anbieter von Bade-, Körperpflege- und Wellnessprodukten. Im deutschen Markt startet die Mediakampagne am 16. Mai. Die zentrale Botschaft: Selbstfürsorge und Achtsamkeit nicht zu vernachlässigen - gerade in unserer schnelllebigen und zunehmend krisengeschüttelten Welt. Dafür inszeniert die international erfolgreiche Traditionsmarke kleine Momente des Glücks und der Auszeit stimmungsvoll, inmitten der Natur. Neben der DACH-Region setzen die internationalen Kneipp Märkte, darunter BeNeLux, Frankreich, USA und Japan, die Kampagne ebenfalls um.

Mit der groß angelegten Kampagne schlägt Kneipp einen neuen Weg ein und rückt die Dachmarke Kneipp in den Fokus. Der neue Slogan "Dreh die Welt öfter um Dich selbst" (Englisch: "Choose your moment of joy") ersetzt den bisherigen Claim "Entdecke deinen Kneipp Moment" und trägt sich durch die bislang größte internationale Marketingkampagne des Unternehmens. In dieser präsentiert sich Kneipp modern, weltoffen und mit einem klaren Bekenntnis zu einem naturnahen, authentischen Lifestyle, bleibt aber den traditionellen Markenwerten rund um Achtsamkeit, Wirksamkeit und Natürlichkeit treu. Der Kampagnen-Cast ist ein Spiegelbild unserer globalen, diversen Gesellschaft und zeigt Menschen unterschiedlichen Geschlechts, Alters und Ethnie. Entwickelt und umgesetzt wurde "Dreh die Welt öfter um Dich selbst" von der Agentur Serviceplan Köln.

"Mit dieser ersten Kneipp Dachmarkenkampagne heben wir die bekannten Kneipp Glücksmomente auf das nächste Level, global und nicht mehr in der bislang häufig zentralen Badewanne", erklärt Sven-Olaf Hansen, Global Chief Marketing Officer bei Kneipp. "Zum ersten Mal bringen wir all unsere Zielgruppen und all unsere Produktkategorien in einer großen Dachmarkenkampagne zusammen. So kreieren wir ein neues, jüngeres Look-and-Feel für die Marke Kneipp auf der ganzen Welt." Dabei geht die zentrale Kampagnenidee bewusst auch über das individuelle Wohlbefinden hinaus: Denn nur wer sich regelmäßig um sich selbst kümmert, kann auch für andere da sein.

Kleine Momente der Freude für Lebensstärke und Zufriedenheit

Realisiert wurde "Dreh die Welt öfter um Dich selbst" Anfang des Jahres im Süden von Chile. Umgeben von Seen, Bergen, Wäldern und Vulkanen genießen die Kampagnen-Gesichter ihren ganz individuellen Moment des Glücks und der Selbstfürsorge. Gleichzeitig transportiert der Produktionsstandort eindrücklich die ganzheitliche Philosophie, mit der sich Kneipp seit über 130 Jahren dafür einsetzt, Körper, Geist und Seele der Menschen durch die Kraft der Natur in Balance zu bringen.

"Gerade in Zeiten des Umbruchs und der Unvorhersehbarkeit stellen Ruhepausen und Selbstfürsorge wichtige Anker dar, um Kraft und Optimismus für die Bewältigung eines herausfordernden Alltags zu schöpfen. Deshalb rufen wir die Menschen bewusst dazu auf, sich gezielt Auszeiten zu gönnen. Mit unserem breiten Sortiment bieten wir Produkte, die helfen, neue Energie zu schöpfen, und begleiten unsere Konsumentinnen und Konsumenten in ihren Glücksmomenten", erläutert Kneipp CMO Hansen.

Rückkehr ins TV und globale Umsetzung der Kampagne in allen Ländern

Für Kneipp ist dies nach zwei Jahren die Rückkehr ins Fernsehen. Der Kampagnenfilm sowie Cut-Downs für die Kernkategorien Duschen und Baden werden ab Mitte Mai auf den reichweitenstarken TV-Sendern in Deutschland zu sehen sein. Darüber hinaus wird "Dreh die Welt öfter um Dich selbst" über Print, PR und Digitalmedien ausgespielt. Der Auftritt umfasst zudem Online- und Social-Media-Formate sowie Point of Sale, Website und Newsletter.

Die globale Umsetzung der Kampagne berücksichtigt neben der DACH-Region alle internationalen Märkte, darunter u. a. die Kneipp Märkte BeNeLux, Japan, Frankreich, USA, Spanien, Polen und Tschechien.

Kreation: Serviceplan Köln

Produktion: Neverest / Goodhouse Films

Regie: Nina Aaldering

Fotografin: Autumn Sonnichsen

Music & Sound Design: MassiveMusic

Sound Studio: M-Sound Studios

Mediaagentur: Initiative Hamburg

Social Media: büro bungalow

PR: Klenk & Hoursch Hamburg

Das Team bei Kneipp:

Sven-Olaf Hansen, Global Chief Marketing Officer

Rebecca Conrad, Head of Marketing DACH

Nadine Guth Head, of Global Product Management

Doreen Neuendorf, Head of Global Communications

Sarah Krisl, Head of PR und Social Media DACH

Über Kneipp

Die Traditionsmarke Kneipp® steht seit mehr als 130 Jahren für wirksame, innovative und natürliche Produkte für Wohlbefinden und Gesundheit auf Basis der ganzheitlichen Lehre Sebastian Kneipps. Naturheilkundliche Kompetenz und pharmazeutische Erfahrung, modernste Produktionsverfahren und sorgfältige wissenschaftliche Kontrollen bürgen für die seit Generationen bewährte Qualität der Kneipp Produkte. Die Kneipp Gruppe mit Sitz in Würzburg agiert weltweit mit mehr als 700 Mitarbeitern, davon ca. 500 in Deutschland, und ist eine 100-prozentige Tochter der PAUL HARTMANN AG, Heidenheim.

Weitere Informationen zu Kneipp unter www.kneipp.com

Pressekontakt:

Head of Global Communications: Doreen Neuendorf
Kneipp GmbH

Winterhäuser Str. 85, 97084 Würzburg
E-Mail: doreen.neuendorf@kneipp.de

Medieninhalte



Inszeniert wurden die kleinen Momente des Glücks der bislang größten internationalen Marketingkampagne von Kneipp inmitten der Natur im Süden von Chile. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/28515 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100081284/100889311> abgerufen werden.