



12.03.2024 - 10:01 Uhr

JULIUS MEINL LANCIERT DIE KAMPAGNE ‚I DO IT MEINL WAY‘, UM DIE KLEINEN MOMENTE DES LEBENS ZU FEIERN

Wien, 12. März 2024 (ots/PRNewswire) -

Die Wiener Premium-Kaffeemarke Julius Meinl hat eine neue Kampagne lanciert, die die Menschen ermutigt, Freude an den kleinen Dingen des Lebens zu finden.

Die Kampagne ‚I do it Meinl way‘ zelebriert die kleinen Momente, die das Leben der Menschen ausmachen. Mit einer Tasse Julius Meinl Kaffee, welcher sich durch hervorragenden Geschmack und besonderer Qualität auszeichnet, wird daran erinnert, sich nicht in den ständigen Ablenkungen des Lebens zu verlieren, von E-Mails und SMS bis zu Nachrichten und Terminen. Inspiriert von der Wiener Kaffeehauskultur, die Kaffeetrinker dazu ermutigt, kleine, bedeutungsvolle Momente zu genießen.

Das 1862 gegründete Unternehmen Julius Meinl ist eine der ältesten Kaffeeröstereien der Welt und der bevorzugte Lieferant der führenden Wiener Kaffeehäuser. Die Hingabe zur Qualität ist seit fünf Generationen ein Markenzeichen, das zu den unvergleichlichen Aromen und Geschmacksrichtungen führt, für welche die Marke international bekannt ist. Jeder Schluck Julius-Meinl-Kaffee ist ein Zeugnis von über 160 Jahren Handwerkskunst und ermöglicht einen Moment glücklicher Einsamkeit oder geteilter Freude mit den Liebsten, wo auch immer Sie sind. Dies unterstreicht das einzigartige Konzept der Kampagne, das besagt, dass das Leben ein Mosaik aus besonderen kleinen Momenten ist und dass es vor allem darauf ankommt, sie zu genießen.

Die Kampagne vermittelt die „Meinl“-Mentalität, in der Zeit geschätzt und kleine Momente genossen werden. So wird das charmante Wiener Kaffeehaus-Erlebnis erschaffen und reproduziert. Das Konzept spiegelt das Engagement der Hotel-, Café- und Restaurantpartner von Julius Meinl wider, köstliche und unvergessliche Kaffeemomente zu kreieren, und lädt gleichzeitig alltägliche Kaffeegenießer ein, mehr im Moment zu leben.

Die Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Obscura entwickelt und unterstreicht das be- und geliebte Erbe der Marke, kombiniert mit einer modernen Neuinterpretation von Julius Meinls langjährigem Konzept "mehr als ein Moment".

Julius Meinl verbindet Tradition mit Innovation und ist der weltweite Botschafter der Wiener Kaffeehauskultur, welcher für tadellosen Service, kreativen Ausdruck und die Wertschätzung von Spitzenqualität steht. Die Kombination aus traditionellem und modernem Wien spiegelt sich in den Kampagnen-Assets wider: einige der kultigsten Orte der Stadt werden gezeigt, darunter das Café Sperl, die Altbauwohnungen und die wunderschöne Skyline mit Blick auf den Stephansdom. Die Kampagne erzählt sechs Geschichten, die das Miteinander feiern und ein jüngeres Publikum mit der Kaffeehauskultur verbinden.

Christina Meinl, Familienmitglied in fünfter Generation, kommentiert: „Wir sind sehr stolz darauf, unseren treuen HoReCa-Partnern, ihren Gästen und all jenen, die hochwertigen Kaffee zu Hause zu schätzen wissen, *köstliche, unvergessliche Kaffeemomente* zu bieten.“

„Unsere neue Kampagne formt die Sichtweise der Menschen auf das Kaffeetrinken neu und zeigt, dass Kaffee trinken nicht nur etwas ist, das wir tun, um uns zu entspannen oder nachzudenken, sondern auch eine lebendige Feier des Lebens selbst befeuert. Beim Genuss einer guten Tasse Kaffee geht es darum, alle Sinne anzusprechen, um Menschen zu ermutigen im Augenblick zu leben. Ob es nun darum geht, sich mit Freunden zu treffen oder sich Zeit für sich selbst zu nehmen, wir wollen die Menschen dazu inspirieren, die kleinen Momente zu genießen, die eine wahre Bedeutung haben und das Mosaik unseres Lebens ausmachen.“

HINWEIS FÜR DIE REDAKTION

Über Julius Meinl: 1862 gegründet, ist Julius Meinl eine der ältesten Kaffeeröstereien der Welt und zudem eine Wiener Kaffeehausmarke mit Kultstatus. Das Engagement für Qualität ist seit fünf Generationen ein Markenzeichen der Familie. Mit mehr als 160 Jahren Erfahrung in der Selektion, Mischung und Röstung ist Meinl ein bevorzugter Kaffeelieferant für Wiens führende Kaffeehäuser und ein international erfolgreiches Kaffeeunternehmen. Heute tragen Meinl Kaffees und Tees dazu bei, bedeutungsvolle Momente für Kunden und Verbraucher auf der ganzen Welt zu

schaffen, und sind in mehr als 50.000 Hotels, Kaffeehäusern und Restaurants in 70 Ländern sowie in einer wachsenden Zahl von Einzelhandelsgeschäften weltweit erhältlich.

Video - https://mma.prnewswire.com/media/2359237/Julius_Meinl.mp4

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2352443/I_do_it_Meinl_Way.jpg

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/2347693/Julius_Meinl_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/julius-meinl-lanciert-die-kampagne-i-do-it-meinl-way-um-die-kleinen-momente-des-lebens-zu-feiern-302085570.html>

Pressekontakt:

Für weitere Informationen,
hochauflösende Bilder oder Muster wenden Sie sich bitte an: Eugenia Martin,
Julius Meinl Communication,
press@meinl.group,
Mobil: +43 148 860 15 42,
E-Mail: eugenia.martin@meinl.group

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100065950/100916881> abgerufen werden.