

09.05.2025 – 09:35 Uhr

Ritex und Zum goldenen Hirschen feiern Liebe, Vielfalt und Nähe in neuer Kampagne!*Bielefeld (ots) -*

Liebe ist bunt und vielfältig! Egal, ob ein kleiner Flirt oder die große Liebe, wilde Nächte oder tiefes Vertrauen. Mit der neuen Kampagne rückt Ritex Vielfalt, Nähe und Authentizität in den Fokus. Die von Zum goldenen Hirschen neu entwickelte Markenkampagne soll das Vertrauen und die emotionale Bindung zur Zielgruppe weiter stärken.

Aufgabe war es, eine Kampagne umzusetzen, die die Diversität und Authentizität der Liebe und der Beziehungen zeigt und gleichzeitig die Marke Ritex als vertrauenswürdigen Partner für sichere Sexualität positioniert. Die Lösung der Hirschen ist eine Kommunikation, die auf authentischen und nahbaren Geschichten basiert und verschiedene Beziehungssituationen und Sexualitäten abbildet: Ob erste Liebe oder alte Liebe, ruhige Momente

oder Abenteuer - die Kernbotschaft ist stets 'Egal wie du liebst - mach es mit Ritex'. Die moderne und vielseitige Bildsprache spricht die Zielgruppe dabei direkt an und ermöglicht es, sich in den Geschichten wiederzufinden und eine persönliche Verbindung zur Marke aufzubauen.

"Mit dieser Kampagne wollen wir zeigen, dass Ritex ein Partner ist, auf den man sich verlassen kann, egal wie man liebt. Wir möchten damit ein Zeichen setzen und zeigen, dass wir die Vielfalt der Liebe und der Lebensweisen unserer Kunden wertschätzen. Ritex steht für verantwortungsvolle und sichere Liebe, unabhängig davon, wie diese gelebt wird", so Karin Wunsch, Marketingleitung bei Ritex.

Marc Hergarden, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Köln ergänzt: "Unser Ziel war es, eine Kommunikation zu kreieren, die authentisch ist, berührt und die Menschen dazu inspiriert, ihre Liebe selbstbewusst zu leben. Wir sind stolz darauf, die Facetten der Liebe zu feiern und gleichzeitig die Marke Ritex zu stärken."

Die neue Ritex Kampagne läuft auf allen Kanälen: Bewegtbildspots werden mit Unterstützung der Hamburger Mediaagentur JOM auf CTV und YouTube ausgestrahlt während Social Ads und Display Banner auf verschiedenen digitalen Plattformen zu sehen sind. Das TV-Sponsoring von "Ex on the Beach" erreicht insbesondere die junge Zielgruppe. Die Kampagnenauspielung erfolgt sowohl in Deutschland als auch Österreich. Die Auspielung zahlt auf den Markenclaim "Vertrauen und Kondome made in Germany" ein und unterstreicht die Werte der Marke mit Qualität, Sicherheit und Vertrauen für alle.

Pressekontakt:

Ritex GmbH
Natalie Fiedel
Gustav-Winkler-Straße 50
33699 Bielefeld

Telefon 0521-92464-85
E-Mail: presse@ritex.de
www.ritex.de

Medieninhalte



Kampagnenmotiv 2025 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24487 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Kampagnenmotiv 2025 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24487 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Kampagnenmotiv 2025 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24487 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100060306/100931466> abgerufen werden.