



Bio-Pionier geht in die Offensive

BIONADE. Weil ehrlich gut.

BIONADE startet mit einem breit angelegten Maßnahmenpaket in das Frühjahr. Nach Ostern geht der Bio-Pionier auf allen Kanälen in die Offensive - mit einer TV-Kampagne auf reichweitenstarken Sendern, mit Anzeigen, Großflächenplakaten und Citylights, flankiert von Promotions und Werbemitteln im Handel, in der Gastronomie und auf Veranstaltungen sowie digital mit Video Ads auf Bewegtbild-Plattformen und auf Social Media.

„BIONADE. Weil ehrlich gut.“, mit diesem bewusst mehrdeutigen Claim wirbt der Bio-Pionier jetzt über alle Kanäle, Formate und Kontaktpunkte hinweg für sich. Denn ehrlich gut ist bei BIONADE nicht nur das Produkt mit 100 Prozent Bio-Qualität und wenig Zucker. Ehrlich gut ist auch die Kampagne, die mit erfrischenden Bekenntnissen überrascht.

„Mit Selbstironie und einer Prise Humor wollen wir Vertrauen und Sympathie zurückgewinnen und auch neue Fans für ‚das Original‘ begeistern“, so BIONADE Marketingleiterin Svenja Lonicer. „Und das mit einer ganz einfachen Botschaft, die wir mit aufrichtigen, durchaus mutigen Selbstbekenntnissen kommunizieren.“

Kostprobe gefällig?

„Wir werben direkt vorm Supermarkt. Schlau, oder?“ gesteht BIONADE ein. Oder auch „Für uns ein echtes Experiment. Mal zwei ganz normale Sorten rausbringen.“ plakatiert BIONADE für die beiden neuen klassischen Sorten Naturtrübe Orange und Naturtrübe Zitrone. Genauso wie „Schon immer wenig Zucker. Aber plötzlich feiern es alle“.

Ebenso entlarvend, geradlinig und authentisch wie die Plakatkampagne sind auch die TV-Spots, mit denen BIONADE stereotype Hochglanz-Werbung in die Realität übersetzt. „Und das ohne Schwarz-Weiß-Malerei, ohne Fingerzeig. Denn Bio-Produkte können Spaß machen, wie BIONADE ganz locker und mit leichter Hand zeigt“, freut sich Svenja Lonicer.

On air, offline, online

Ab Juni geht die von thjnk konzipierte Kampagne auf reichweitenstarken Sendern on air, ausgestrahlt wird sie bis in den Spätsommer. Großflächenplakate, Citylights und Anzeigen ziehen bereits nach Ostern die Blicke ebenso auf BIONADE wie neue, frische Werbematerialien für den Handel, die Gastronomie und den Veranstaltungsbereich. Verkaufsfördernde Promotions werden weitere wichtige Impulse setzen. Starke Präsenz zeigt BIONADE auch im Online- und Social Media-Bereich, auf Video-Plattformen, mit Influencer Kooperationen oder auf den eigenen Facebook- und Instagram-Kanälen.

Die BIONADE Kampagne ergänzt den erst zum Jahreswechsel vollzogenen Relaunch und die Sortimentserweiterung um die neuen Sorten Naturtrübe Orange und Naturtrübe Zitrone um einen weiteren Baustein.

BIONADE

Svenja Lonicer: „Wir werden viel tun, um BIONADE wieder in die Köpfe und Herzen der Konsumenten zu bringen, weil unser Bio-Pionier das unkopierbare ‚Original‘ bleibt. Und wenn unsere Botschaft nachhaltig ankommt, dann wäre das im Sinne unserer Kampagne doch ‚ehrlich gut‘“.



NEU!

FÜR UNS EIN ECHTES EXPERIMENT:
» MAL ZWEI GANZ NORMALE SORTEN RAUSBRINGEN.

BIONADE WEIL EHRlich GUT.

BIONADE NATURTRÜBE ZITRONE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK

BIONADE NATURTRÜBE ORANGE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK



NEU!

WIR WERBEN DIREKT VORM SUPERMARKT.
» SCHLAU, ODER?

BIONADE WEIL EHRlich GUT.

BIONADE NATURTRÜBE ZITRONE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK

BIONADE NATURTRÜBE ORANGE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK



NEU!

SCHON IMMER WENIG ZUCKER.
» ABER PLÖTZLICH FEIERN ES ALLE.

BIONADE WEIL EHRlich GUT.

BIONADE NATURTRÜBE ZITRONE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK

BIONADE NATURTRÜBE ORANGE
PIONIER SEIT 1994
WENIGER ZUCKER VIEL GESCHMACK



Kunde Bionade GmbH, Ostheim/Rhön
Marketingleitung: Svenja Lonicer
Brand Management: Judith Blasinger

Agentur: thjnk, München

Regie: Johannes Östergård

Produktion: e+p films, München

Mediaagentur: Vizeum Deutschland, Wiesbaden

Über BIONADE

BIONADE ist das erste Erfrischungsgetränk, das aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen hergestellt wird. BIONADE 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.

Die Bionade GmbH in Ostheim/Rhön ging aus der dort ansässigen Privatbrauerei Peter hervor. Der Erfinder von BIONADE war Diplom-Braumeister Dieter Leipold. Unter dem Dach der Bionade GmbH sind heute die Produkte der Marken BIONADE und Ti Erfrischungsstee vereint. Seit Januar 2018 sind sie Teil der HassiaGruppe.

Mehr unter: www.bionade.de

Pressekontakt

BIONADE GmbH

Svenja Lonicer

Leiterin Marketing

✉ presse@bionade.de

☎ +49 (97 77) 9101 827

Interviewanfragen

Hassia Mineralquellen

Sibylle Trautmann

Leiterin PR / Öffentlichkeitsarbeit

✉ sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com

☎ +49 (61 01) 403 1416