



PRESSEINFORMATION

Köln, 14. März 2012

Müller und Stromberg fit für die Fußball-EM

Neue Kampagne von REWE betont Verbindung zwischen gesunder Ernährung und sportlicher Leistungsfähigkeit

REWE startet am heutigen Mittwoch (14.03.) eine bundesweite TV-Kampagne. Die Botschaft: Frische, gesunde Lebensmittel sind der Treibstoff für sportliche Leistung. In den Hauptrollen des neuesten REWE-Image-Spots agieren Thomas Müller als Nationalspieler auf dem Platz und Holger Stromberg, Chefkoch der deutschen Fußball Nationalmannschaft, in der Küche. „Beide Akteure gehen auf ihren jeweiligen Spielfeldern mit Leidenschaft und frischen Ideen zur Sache. Dabei entsteht eine nahtlos ineinander verzahnte Parallelmontage, die Ernährung und Leistung zu einer unzertrennlichen Symbiose verknüpft“, sagt Marcus Haus, Leiter Marketing bei REWE. Der Spot betone die erfolgreiche Ernährungspartnerschaft von REWE mit dem Deutschen Fußballbund (DFB).

In der schnellen, mitreißenden Choreografie wirkt es so, als würden Holger Stromberg und Thomas Müller sich die Bälle zuspielen. Die Musik des kanadischen Künstlers Rich Aucoin unterstreicht die akrobatischen Fertigkeiten der Profis sowie die Schnelligkeit ihrer Aktionen und ähnelt einer Fußball-Hymne im Finale. Der Spot gipfelt in der Aussage „Du spielst, wie Du isst.“ Fazit: Fußball, Bewegung und gesunde Ernährung gehören eben zusammen.

Der Spot „Du spielst, wie Du isst“ wurde von der Leadagentur Gramm, Düsseldorf, entwickelt. Er läuft als 45 Sekünder und 30 Sekünder an. Gedreht wurde mit Markenfilm Berlin, Regie führte Laszlo Kadar.

Gleichzeitig wird der neue Image-Spot auch der Auftakt zu einer cross medialen Kampagne sein, in der Holger Stromberg sein Wissen über frische, gesunde Lebensmittel auch online auf der REWE-Website www.rewe.de und am POS mit allen REWE Kunden teilt. Für die Umsetzung der Online-Aktivitäten zur Kampagne zeichnet die Agentur DDB Tribal in Düsseldorf verantwortlich. Im Ergebnis hat REWE ein komplettes Kommunikationspaket auf allen Kommunikationsebenen geschnürt.

Der Image-Spot zur Einstimmung auf die Fußball-Europameisterschaft 2012 (09.06 – 01.07.) startet am 14. März 2012 und wird bis einschließlich Juni 2012 in öffentlich-rechtlichen wie in privaten Sendern als auch am POS zu sehen sein.

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln

Marcus Haus, Bereichsleitung Marketing

René Joosten, Funktionsbereichsleiter Werbung

Tanja Dormagen, Sachgebietsleiterin Werbung

Leadagentur: Gramm Werbeagentur, Düsseldorf

Online-Aktivitäten: DDB Tribal, Düsseldorf

Filmproduktion: Markenfilm Berlin

Regie: Laszlo Kadar

Die im Jahr 1927 gegründete REWE Group ist mit einem Umsatz von über 53 Milliarden Euro (2010) und derzeit mehr als 310.000 Beschäftigten einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Das mehr als 80 Jahre alte Unternehmen ist derzeit in 14 Ländern mit 15.000 Märkten präsent. 2010 beschäftigte die Unternehmensgruppe in Deutschland 224.000 Mitarbeiter in rund 11.000 Märkten und erwirtschaftete einen Umsatz von 36,5 Milliarden Euro.

Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, REWE CENTER, REWE CITY, toom und BILLA, der Discounter PENNY, die Märkte von toom Baumarkt (toom Baumarkt und B1 Discount Baumarkt) und die Elektronikfachmärkte von ProMarkt. Zur Touristik gehören die Veranstalter ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg sowie Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen sowie die Geschäftsreiseparte FCm Travel Solutions und rund 2.000 Reisebüros (u.a. Atlas Reisen, DER Reisebüro, DERPART).

Mit einem Umsatz von rund 14,5 Mrd. Euro und über 90.000 Mitarbeitern leisten mehr als 3.300 REWE Märkte als Filialen oder Supermärkte der selbstständigen REWE-Kaufleute einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Gruppe.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation,

E-Mail: presse@rewe.de