



Hamburg, 16.04.2018

Pressemitteilung.

thjnk und Römerquelle beleben die Sinne.

Der Berliner Standort der thjnk-Gruppe verantwortet die neue Dachkampagne für Römerquelle.

In anmutigen Bewegungen kommen drei Körper zusammen und beleben eine ganze Unterwasserwelt. Mit diesen Bildern präsentieren thjnk und Römerquelle die neue Dachkampagne für die österreichische Traditionsmarke. Dafür wird der etablierte Markenclaim „Belebt die Sinne“ auf eine neue Stufe gehoben und im wahrsten Sinne des Wortes mit Leben gefüllt. Der TV-Spot „Minerals“ inszeniert die spezielle Zusammensetzung der Mineralstoffe, die dieses besondere Wasser ausmachen.

Der Zusammenarbeit war ein mehrstufiger Pitch vorausgegangen, bei dem thjnk die österreichische Marke aus dem Hause Coca-Cola mit ihrem Konzept überzeugen konnte: Statt wie in der Vergangenheit zu betonen, wie Römerquelle die Sinne belebt, zeigt die neue Kampagne, was in Römerquelle die Sinne belebt.

„thjnk hat uns im Pitch überzeugt: mit einem tiefen Verständnis der Marke bei einem gleichzeitig vollkommen neuen, überraschenden Blick“, kommentiert Sandra Lischka, Senior Brand Manager Römerquelle. „Mit der neuen Römerquelle-Kampagne bringen wir die stilvoll verfeinerten, einzigartigen Bilder und sinnlichen Contemporary-Elemente in eine perfekte Harmonie mit der unverkennbaren, aktualisierten Römerquelle-Melodie.“

„Ikonisches Produktdesign, klarer Colorcode, überragende Qualität: Römerquelle hat wirklich alles – diese Zutaten haben wir in eine kreativ-strategische Markenplattform übersetzt. Unser Ansatz: weniger Behauptung, mehr Ursache“, so Hendrik Heine, Geschäftsführer, thjnk Berlin.

Herz der Kampagne ist der 30-sekündige TV-Spot, der am 23.04. österreichweit on air geht und bereits auf der Website zu sehen ist. Produziert wurden die Spots von Iconoclast Germany. Regie führte das brasilianische Duo Alaska, das mit einem großen Expertenteam aus professionellen Synchronschwimmern und einem spezialisierten Unterwasser-Choreografen die Römerquelle-Welt zum Leben erweckte.

Auch in Print/OOH, digitalen und sozialen Kanälen wird die neue Markenwelt-Welt sichtbar und mit sinnlich-humorvollen Botschaften umfeldadäquat eingesetzt. Die Motive, fotografiert von Christian Lohfink, sind ab Mitte April auf Österreichs Straßen zu sehen.

Verantwortlich auf Kundenseite:

Marketing Manager Austria:	Domenico Ribetti
Senior Brand Manager Stills:	Sandra Lischka
Junior Brand Manager Römerquelle:	Jasmin Krompass

Verantwortlich auf Agenturseite:

Geschäftsführer Kreation:	Stefan Schulte
Geschäftsführer Beratung:	Hendrik Heine
Creative Director:	Anne Isert, Siyamak Jung
Art Director:	Moritz Carls, Sophie Kearney
Copywriter:	Benjamin Walddt, Ulrike Schneider, Maximilian Haag
Chief Strategic Officer:	Michael von Bach
Strategist Junior:	Moritz Huth
Account Director:	Miriam Kliemt
Account Manager:	Johanna Werhahn
Agentur Senior Producer:	Julia Koop

Verantwortlich auf Produktionsseite:

Filmproduktion:	Iconoclast Germany GmbH
Regie / Editing:	Alaska
Kamera:	Pierre de Kerchove, Jan Hinrich Hoffmann
Musik:	48K GmbH
Fotograf:	Christian Lohfink

Kontakt:

thjnk AG

Teresa Köster

Telefon: +49 30 408 1786-28

E-Mail: presse@thjnk.de