

PRESSEMITTEILUNG

Konsequent auf der Erfolgspur: Die große LIGHT live Kampagne mit neuem TV-Spot

Trier, im Juli 2020. Die LIGHT live Ladies sind wieder zurück! Schloss Wachenheim präsentiert die erfolgreiche Alkoholfrei-Marke LIGHT live in einem sommerlich-leichten Werbespot. In den Hauptrollen: Die LIGHT live Ladies und natürlich die LIGHT live Erfolgsprodukte. Der neue 15-sekündige Spot des Marktführers* setzt sich durch seinen auffälligen Stil erfrischend positiv vom Wettbewerb ab und sorgt für einen Awareness-Boost und hohe Wirksamkeit.

„Meine Art zu leben“: LIGHT live Ladies als selbstbewusste Markenbotschafterinnen

Als ausdrucksstarke und authentische Markenbotschafterinnen inszenieren die LIGHT live Ladies ein modernes, auffälliges und sehr eigenständiges Markenbild. „Mit den Bubbles im Spot integrieren wir die Lebenswelt der femininen, selbstbewussten Zielgruppe auf charmante und verspielte Art und Weise im Produktkontext“, erklärt Brand Managerin Anne Wagner die Idee. „Damit führt die Story unser Konzept der LIGHT live Ladies konsequent fort. Das Farbspiel in der 3D-Bubble-Welt macht Lust auf einen prickelnden Sekt, wobei die Marke und das Produkt im Endscreen und durch das intensive akustische Branding deutlich erkennbar sind und sich sehr gut einprägen.“ Categoriespezifische Tag Ons (Sparklings, Cocktails, Weine und Premium Sparklings) geben der Produktvielfalt von LIGHT live eine Bühne.

Intensives Branding und starke Wiedererkennung dank 360-Grad-Kommunikation

Mit dem neuen Spot kehrt Schloss Wachenheim zurück in den klassischen Werbeblock des Reichweitenmediums Nr. 1: Im TV ist die Kampagne auf zielgruppenaffinen Sendern wie RTL, RTL II, VOX, Sat1 oder SIXX von Juli bis Oktober 2020 zu sehen. Konsumentinnen, die keinen Kontakt mit klassischer TV-Werbung hatten, erreicht das Unternehmen durch Addressable TV: Damit kann der Spot im Werbeblock zielgruppenspezifisch per Targeting auf Smart-TVs ausgespielt und das LIGHT live Sortiment durch Tag Ons noch relevanter platziert werden. Switch In XXL ermöglicht eine zusätzliche Erinnerung.

Auch im Digitalbereich setzt das Unternehmen auf den effizienten zielgruppenausgesteuerten Einsatz des LIGHT live Spots sowie großflächiges Bannering: Das Online-Video sorgt von Juli bis Dezember 2020 durch die emotionale Ansprache für Awareness-Steigerung, großformatige, auffällig gestaltete Online-Banner aktivieren die „richtigen“ LIGHT live Ladies durch Re-Targeting.

Instagram als neuer Touchpoint für die LIGHT live Ladies

Die Social-Media-Aktivitäten werden um einen LIGHT live Instagram-Kanal erweitert. Im Rahmen einer Influencer-Kampagne interagieren von August bis Dezember 2020 Mikroinfluencer als authentische Markenbotschafterinnen mit den LIGHT live Ladies. „Mit dem Launch des neuen Instagram-Accounts machen wir die Marke innerhalb der relevanten Zielgruppe noch erlebbarer. Eine anspruchsvolle Bilderwelt sowie inspirierender Content mit Community affinen und charmanten Aktionen stärken die Marke und aktivieren die Zielgruppe“, so Anne Wagner. Auch die Facebook-Fanpage wird kontinuierlich mit attraktiven Posts weiterbespielt.

Filmreifes Umsatzplus durch starkes, integriertes Marketing

Mit diesen 360-Grad-Marketing-Maßnahmen erzeugt Schloss Wachenheim sechs Monate durchgehende Sichtbarkeit. Der smarte Multiscreen-Ansatz mit starken Awareness-Formaten garantiert erstklassige Markenpräsenz, hohe Reichweiten und wirksame Werbekontakte in der weiblichen Zielgruppe im Alter von 20-49 Jahren.

Weitere Informationen zu LIGHT live finden Sie hier:

www.light-live-alkoholfrei.de

facebook.com/lightlivealkoholfrei/

Über die Schloss Wachenheim AG:

Die Schloss Wachenheim AG zählt zu den europaweit führenden Herstellern und Distributoren von Schaumwein und Perlwein und ist in mehreren Ländern Europas mit eigenen Gesellschaften aktiv.

Das Produktportfolio umfasst ein breites Sortiment von traditionellen und innovativen Produkten. Neben Schaumwein und Perlwein sind besonders entalkoholisierte Schaumweine und Weine, aber auch Wermut, Cider, Spirituosen, weinhaltige Getränke, Kinderpartygetränke und nicht zuletzt hochwertige Sekte und Qualitätsweine zu nennen. Die Produkte der Konzernunternehmen werden in rund 80 Länder vertrieben.

Zu den wichtigsten Marken zählen Charles Volner und Muscador in Frankreich, Faber, LIGHT live und Robby Bubble in Deutschland, Cin&Cin, Fresco und Cydr Lubelski in Polen sowie Zarea und Milcov in Rumänien.

www.schloss-wachenheim.com

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Katja Schwengler
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 63-557, Fax: 0 89 / 89 39 84 29
E-Mail: k.schwengler@engel-zimmermann.de