

Kategorie
KONSUMGÜTER
Food

BECEL DIÄT-MARGARINE

Kunde: Union Deutsche Lebensmittelwerke GmbH, Hamburg
Agentur: Ogilvy & Mather GmbH Werbeagentur, Frankfurt am Main



Die Marketing-Situation

Der Markt für Nahrungsfette ist seit Jahren rückläufig, im Jahr 1997 sogar um vier Prozent. Der Wettbewerb nimmt an Härte zu.

Die becel-Produktreihe mit Schwerpunkt auf Diät Margarine ist am Markt etabliert als Marke für die Herz-Gesundheit.

Durch seine spezielle Produktrezeptur ist becel in der Lage, einen zu hohen Cholesterinspiegel zu senken bzw. zu regulieren.

becel ist Marktführer im Segment für cholesterinbewusste Ernährung und verfolgt eine Premiumpreisstrategie.

Der Markterfolg von becel ist im hohen Maße abhängig davon, daß die Zielgruppe ein sensibles Bewußtsein für das Problem falscher Ernährung entwickelt und die persönliche Notwendigkeit eines cholesterinbewußten Lebens erkennt.

Allerdings zeigen weite Teile der Zielgruppe eine gewisse Problemmüdigkeit und neigen zur Verdrängung solcher Themen. Die Identifikation mit Krankheitsbildern ist gering. Verzichtsverhalten in der täglichen Ernährung wird abgelehnt.

Rechtliche Beschränkungen, die die konkrete Auslobung von gesundheitsfördernden Leistungsversprechen für Lebensmittel verbieten, kommen erschwerend für die Kommunikation hinzu.

Fünf Anforderungspunkte galt es zu erfüllen:

1. Absatz und Marktanteile sollen weiter gesteigert werden
2. Stärkung des Problembewußtseins „cholesterinbewusste Ernährung für ein unbeschwertes Leben“ in der Zielgruppe
3. Plakative Herausstellung des Leistungsversprechens zur Gewinnung neuer Verwender

Die Marketing- und Werbeziele

**Die Kreativ-
Strategie**

- 4. Erhöhung der Werbeawareness zur Steigerung der Markenaktualität
- 5. Verbesserung des Markenimages

Es mußte ein Weg gefunden werden, der indirekt dramatisiert, daß Menschen mit erhöhtem Cholesterinspiegel in ständiger Gefahr leben. Und daß becel mit seinem hohen Anteil an mehrfach ungesättigten Fettsäuren ihnen die nötige Sicherheit für eine richtige Ernährung bietet.

Die Lösung wurde in einer schnellen, für die Zielgruppe eingängigen Symbolik gefunden. Der freie Fall, in dem sich symbolisch auch die Zielgruppe mit ihrem Cholesterinproblem befindet, wird durch den becel-Fallschirm gebremst.

Die Zielgruppe:

Die Kernzielgruppe ist im Alter von 50 Jahren und älter. Es sollen alle angesprochen werden, die ein Risikoprofil bezüglich ihres Cholesterinspiegels aufweisen, das heißt bereits einen Herzinfarkt hatten und/oder einen erhöhten Cholesterinspiegel haben.

Diese Personen sollten ihren Cholesterinspiegel senken und wissen darum. Davon betroffen sind nicht nur Männer, sondern in zunehmendem Maße auch Frauen.

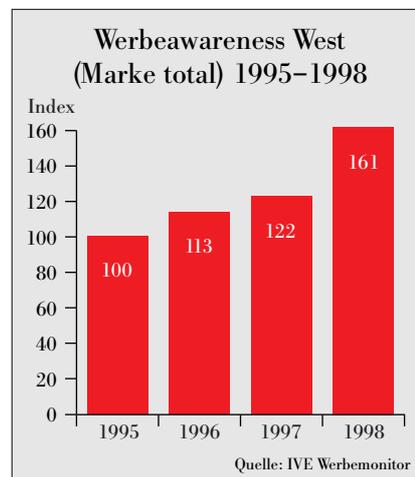
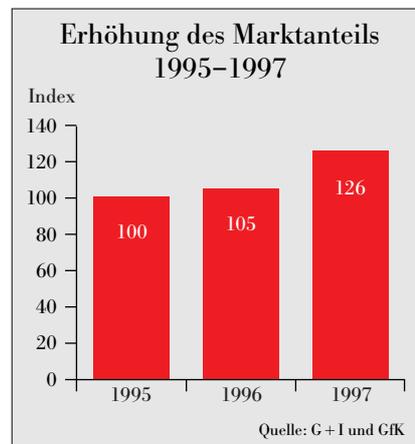
Hinzu kommen all diejenigen, die aufgrund ihrer persönlichen Bewußtseinslage das Thema als relevant ansehen. Unbedeutend ist hierbei, ob sie tatsächlich einen erhöhten Cholesterinspiegel haben.

**Die Media-
Strategie**

Für die schnelle Durchsetzung der Kampagne wurde TV als Basismedium gewählt. Zudem ermöglicht TV einen starken emotionalen

Anspruch und erzielt die höchsten Awarenesswerte für die Kommunikationsinhalte.

Publikumszeitschriften werden zur Ergänzung von TV eingesetzt, um



Die Ergebnisse

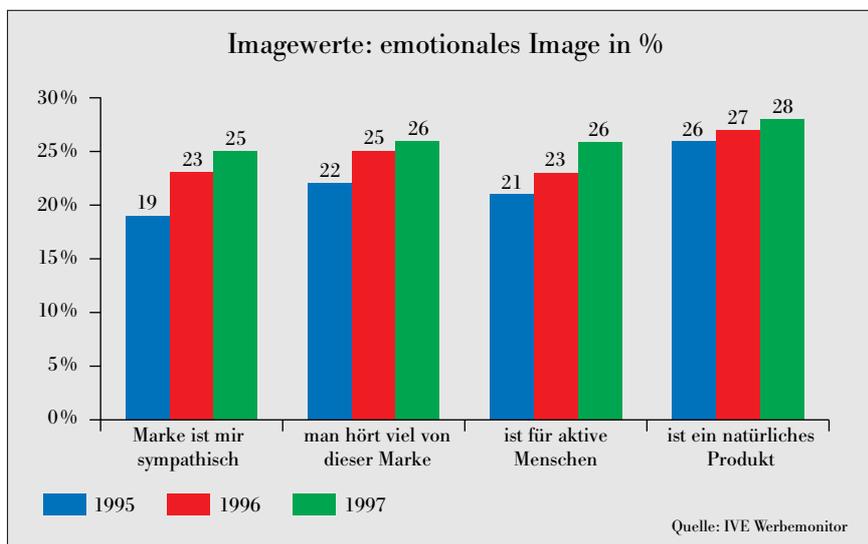
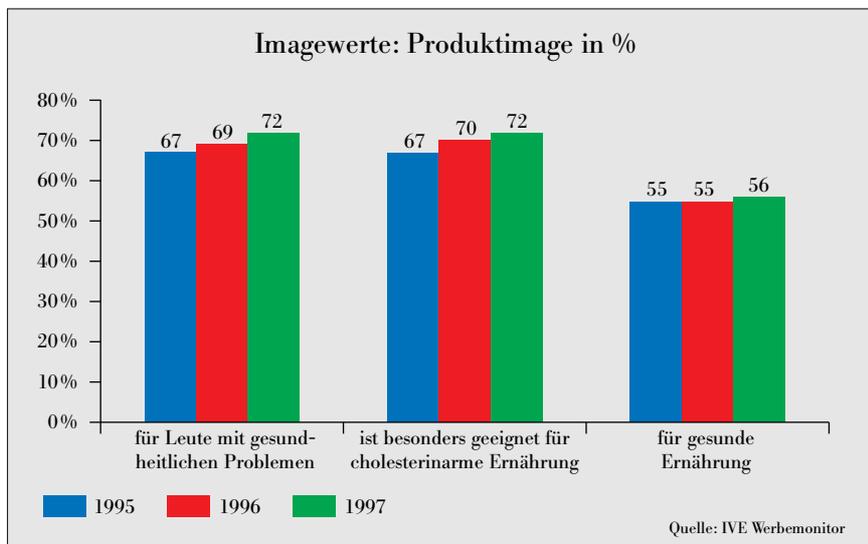
dem Verbraucher rationale, tiefergehende Informationen über die Cholesterinproblematik zu geben. Eine produkt- und themennahe Titelselektion verstärkt zudem eine direkte Zielgruppenansprache. Dies ermöglicht auch die effektive Bewerbung von Rangeprodukten wie Backmargarine oder Wurst.

Durch teilweise wöchentliches Pulsing im Rahmen des TV-Schaltzeitraumes wird die Werbepresenz erhöht.

Seit Beginn der neuen Kampagne 1996 konnten in einem rückläufigen Markt die Absätze um 7,5 Prozent gesteigert werden.

Es gelang eine weitere Markenaktualisierung durch Steigerung der Werbeawareness um 42 Prozent.

Die emotionalen und produktspezifischen Imagewerte konnten auf hohem Niveau gehalten und in wichtigen Dimensionen sogar gesteigert werden.



Wenn Sie auf das Cholesterin achten müssen, dann gibt becel viel Sicherheit.



Es ist nicht Wurst, was aufs Brot kommt. Zumindest nicht für diejenigen, die auf ihr Cholesterin achten müssen. Denn falsche Ernährung kann Folgen für Sie haben.

Risiko falsche Ernährung.

Viele stürzen sich beim Essen in unnötige Gefahr, weil sie oftmals zuviel Fett und Cholesterin aufnehmen.

Reich an lebenswichtigen Fettsäuren.

Die gesättigten Fettsäuren, wie sie vor allem in tierischen Fetten vorkommen, werden bei becel überwiegend durch gesunde pflanzliche Fette mit mehrfach ungesättigten Fettsäuren ersetzt. So ist becel besonders reich an lebenswichtigen Fettsäuren.

becel gibt Sicherheit.

Mit becel können Sie sicher sein, sich cholesterinbewußt zu ernähren. Auch wenn's um die Wurst geht, bekommt der eingefleischte Wurstliebhaber, was er will: von der Geflügelwurst bis zur Teewurst. Alles gesund und von becel.

Wenn Sie noch mehr Informationen zum Ernährungsprogramm von becel haben möchten, dann rufen Sie einfach beim becel Verbraucherservice an: 0 40 / 34 93 10 04

becel. SICHERHEIT FÜR EIN CHOLESTERINBEWUSSTES LEBEN.



1/1 Publikumsanzeige

Wenn Sie cholesterinbewußt backen wollen, gibt becel Ihnen viel Sicherheit.



Gesunde Ernährung und die süßen Seiten des Lebens müssen kein Widerspruch sein, wenn Sie bei der Auswahl der Zutaten cholesterinbewußt vorgehen.

Genuß ganz ohne Risiko.

Zuviel Cholesterin kann Folgen haben. Problematisch sind vor allem die gesättigten Fettsäuren, wie sie überwiegen in tierischen Fetten vorzuziehen. Entscheiden Sie sich deshalb für die rein pflanzliche becel Backmargarine.

Deun sie enthält besonders viel lebenswichtige mehrfach ungesättigte Fettsäuren.

becel – gesund in die neue Backsaison.

Mit becel Backmargarine gelangen selbst die raffiniertesten Rezepte. Und alles schmeckt so lecker, wie es sollte. Probieren Sie's und fordern Sie gleich die Rezeptroschüre mit vielen tollen Backideen an. Ihrer Gesundheit zuliebe.




.....
 Bitte schicken Sie mit becel
 Backroschüre(n) mit tollen Rezepten
 für cholesterinbewußtes Backen.

Name: _____
 Adresse: _____
 Coupon bitte an: becel Lebensmittelvertrieb, Postfach 47 04 10,
 22174 Hamburg schicken. Oder anrufen: 01 30 / 72 52 15.

becel. SICHERHEIT FÜR EIN CHOLESTERINBEWUSSTES LEBEN.

1/1 Publikumsanzeige

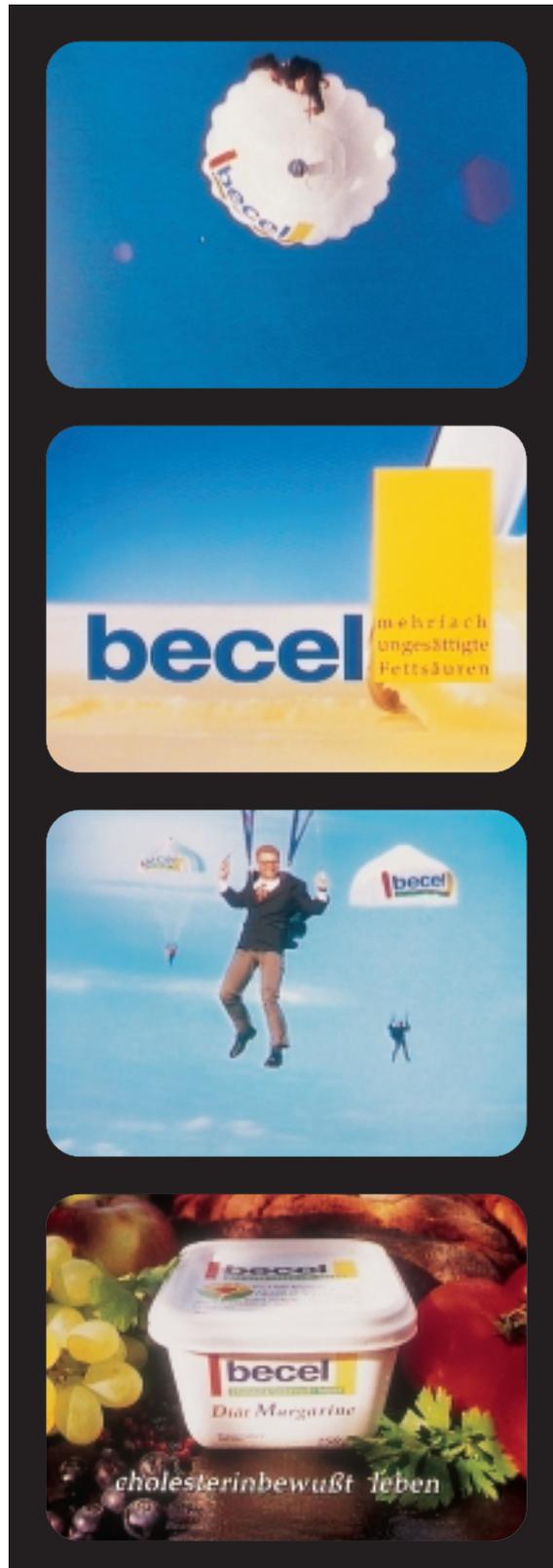
BECEL (FINALIST 1998)



*Wenn Sie auf das
Cholesterin
achten müssen,
ziehen Sie
lieber rechtzeitig
die Reißleine.*

TV-Spot

BECEL (FINALIST 1998)



*Denn becel gibt Ihnen
Sicherheit für ein
cholesterinbewußtes
Leben.*

TV-Spot