

MEDIENINFORMATION

Neuer TV-Spot ist Umfragesieger:

Römerquelle emotion: Dreiecksbeziehung verführt TV-Publikum

Edelstal/Wien, September 2012 – **Zwei Frauen und ein Mann inmitten herrlicher Natur. Geheimnisvolle Blicke, zufällige Berührungen, ein verführerischer Obstkorb und dieses spürbare Knistern in der Luft – das sind die Zutaten des neuen Römerquelle emotion TV-Spots, der seit 2. Juli über Österreichs Bildschirme flimmert. Mit großem Erfolg. Der ansprechende Werbefilm für das Near Water-Getränk aus dem Hause Römerquelle hat bereits in den ersten beiden Monaten überzeugende Umfragewerte eingefahren.**

Größter Wiedererkennungswert und bestes Preis-Leistungsverhältnis

Von allen TV-Spots, die im Juli on Air gingen, ist Römerquelle emotion die beliebteste TV-Werbung mit dem größten Wiedererkennungswert. Erfolg verbucht der neue Spot auch in der Effizienz: So hat ein Mitbewerber zwar einen ähnlichen Wiedererkennungswert, musste dafür aber das fünffache Mediabudget einsetzen. „Das tolle Feedback des TV-Publikums bestätigt unsere Entscheidung, die für Römerquelle charakteristische Dreiecksbeziehung auch auf unser Near Water-Sortiment zu übertragen. Die Dreiecksbeziehung bringt unseren Markenkern – „Geschmack der belebt“ – perfekt zur Geltung und schafft es, Römerquelle emotion enger an die Markenwelt von Römerquelle zu binden“, so Jakob Taferner, Senior Brand Manager.

Perfektes Setting

Gedreht wurde am 5. Juni in Wien, für Konzeption und Umsetzung verantwortlich zeichnet die Wiener Agentur LOWE GgK. „Es war uns besonders wichtig, die Markenwerte von Römerquelle neu aufzuladen und gemeinsam mit dem Fruchterlebnis bestmöglich zu inszenieren“, so Michael Kapfer, COO LOWE GgK.

Weitere Verantwortliche: Filmproduktion: PPM Film. Regie: Ivo Weijgaard, Fotograf: Raphael Just, Musik: SteinHof Musikproduktion.

Römerquelle emotion: Seit 11 Jahren Marktführer bei Near Water

Römerquelle ist eine der beliebtesten Mineralwasser-Marken in Österreich, Römerquelle emotion mit 42,2 Prozent unumstrittener Marktführer im Near Water-Segment¹. Seit nun

mehr elf Jahren trägt die Kombination aus trendigen Designs und innovativen, belebenden Geschmackskombinationen zum langjährigen Erfolg bei.

Der Römerquelle emotion Spot ist der erste Teil einer TV-Kampagne, die in Kürze mit dem Werbespot für Römerquelle Mineralwasser ihre Fortsetzung findet.

¹ Quelle AC Nielsen, LH total inkl. H/L, wert YTD 2012 KW32

Rückfragen für Medien:

Grayling Austria GmbH

Juliane Pamme

Tel: 01/ 524 43 00-15

e-mail: juliane.pamme@grayling.com

Römerquelle

Petra Lindner

Tel. 01 66 171 2107

e-mail: petra.lindner@eur.ko.com