



PRESSEMITTEILUNG

## **Rügenwalder Mühle geht in die Out-of-Home-Offensive**

### **Vegetarischer Mühlen Snack startet mit interaktivem 360-Grad-Marketing-Paket in den Sommer!**

**Bad Zwischenahn, im Juni 2021.** Zur Produkteinführung der Vegetarischen Mühlen Snacks setzt die Rügenwalder Mühle auf eine umfassende Kommunikationsoffensive inklusive aufmerksamkeitsstarker Out-of-Home- und Digitalkampagne. Dabei sorgen dieses Mal vor allem City Light Poster und City Light Boards an hoch frequentierten Straßen sowie Großflächenplakate in POS-Nähe und Infoscreens an U- und S-Bahnstationen für Awareness. Einmalig ist auch der Einsatz einer digitalen Werbesäule: Über die Outdoor-Aktion kann die Zielgruppe interaktiv direkt in der Stadt bzw. auf der Straße das Game zur Kampagne spielen. Darüber hinaus runden im Juni und Juli interaktive Gewinnspiele via Social Media mit attraktiven Preisen wie einem Peloton-Bike oder einer Playstation 5 zusammen mit Image- und Kontextspots im TV die 360-Grad-Kampagne perfekt ab.

„Die neue Kampagne für den Rügenwalder Mühlen Snack vereint starke Visibilität mit positiv belegten Claims und sorgt für eine hohe Aufmerksamkeit und zusätzliche Kaufimpulse“, sagt Claudia Hauschild, Leiterin Unternehmenskommunikation der Rügenwalder Mühle. „Erstmals seit Langem fokussieren wir uns auf eine wirksame Out-of-Home- und Digitalkampagne, die vor allem in den Sommermonaten alle relevanten Touchpoints der Zielgruppen perfekt abdeckt.“

## **TikTok-Challenge aktiviert junge Zielgruppen – hochwertige Preise wie Peloton-Bike schaffen zusätzliche Anreize**

Parallel zur Platzierung auf Großflächen, City Light Postern und City Light Boards wird die Kampagne zur Ansprache der jungen Zielgruppe digital verlängert. Ausgewählte Influencer\*innen erhalten ein Mühlen-Snack-Paket mit thematisch passendem Goodie, um die Awareness bei ihren Abonnenten zu erhöhen und einen Probier-Anreiz zu schaffen. Zusätzlich wird die Community mit einer originellen TikTok-Challenge im Bereich Tanz, Fitness und Gaming aktiviert und der Mühlen-Snack insbesondere bei der jungen Zielgruppe auf kreative Art und Weise etabliert. Hochwertige Gewinne wie ein Peloton-Bike, eine Playstation 5 oder die neuen Apple AirPods Pro schaffen weitere Teilnahme-Anreize. Zudem werden trendige Gürteltaschen inklusive Produktsamplings an zehn Gewinner verlost.

## **Interaktion beim Mobile Gaming**

Mit Aktionen im Mobile-Gaming-Bereich hat die Rügenwalder Mühle eine neue, snack-affine Zielgruppe im Blick: Dabei wird der Vegetarische Mühlen Snack zielgruppengenau in Gaming-Umfeldern sowie über Influencer auf Plattformen wie Twitch kommuniziert, um die wachsende Community der Casual und Mobile Gamer zu adressieren. Dabei im Fokus: Das virtuelle Spiel „Snack-Attack“, das sich an einem beliebten Gaming-Klassiker orientiert, jedoch im authentischen Rügenwalder Mühle-Design. Über Twitch, die Outdoor-Aktion zum Spielen direkt in der Stadt und die Landingpage Kampagne erreicht das Game potentielle Käufer der Zielgruppe.

## **Foodboxen und Kontextspots runden die 360-Grad-Maßnahmen ab**

Ergänzt wird das Aktivierungspaket durch Kooperationen mit der Degusta Foodbox und Produktsamplings an für die Zielgruppe relevanten Touchpoints. Neben klassischen TV-Spots und Tag Ons sorgen Kontextspots in beliebten Formaten wie Die Höhle der Löwen („Mini Investment – Riesen Genuss“), Wer wird Millionär? („Der Joker – für die Hosentasche“), GZSZ („Gute Zeiten – für einen Snack“) oder bei Fußballspielen zur EM („Torhunger? Hau ihn rein!“) für weitere gezielte Kaufanreize.

## **Zusätzliche Interaktionen am POS garantieren aufmerksamkeitsstarken Launch**

Auch im LEH unterstützen hochwertige Produkt-Displays erfolgreich die Einführung der Vegetarischen Mühlen Snacks. In Kooperation mit REWE haben Outdoor-Fans vom 14. bis 20. Juni die Chance auf tolle Gewinne, z. B. zehn Gutscheine von Roadsurfer im Wert von je 1.000 Euro sowie 20 SnackSäcke – Schlafsäcke im Rügenwalder-Mühle-Design. Im Juli haben Outdoor-Liebhaber darüber hinaus national vom 01. bis 30. Juli die Chance auf 1.000 Gewinne. Darunter Jochen Schweizer Gutscheine, nachhaltige Rucksäcke der Marke Nordlicht und SnäckSäcke. Werbematerialien am Point of Sale, Beiträge in sozialen Medien sowie Anzeigen in der Fachpresse machen auf die Aktionen aufmerksam und rufen zur Teilnahme auf.

## **Über die Rügenwalder Mühle**

Das Sortiment des Markenherstellers Rügenwalder Mühle umfasst neben ca. 25 klassischen Fleisch- und Wurstwaren auch circa 30 vegetarische und vegane Alternativen. Die Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH & Co. KG. wurde 1834 von Fleischermeister Carl Müller im pommerschen Rügenwalde gegründet und ist heute einer der bekanntesten Lebensmittelhersteller in Deutschland. Seit 2014 ist die Rügenwalder Mühle Vorreiter bei vegetarischen / veganen Fleisch- und Wurstaternen und aktuell in diesem Segment Marktführer in Deutschland. Die rote Mühle, das Markenzeichen der Rügenwalder, steht dabei stets für handwerkliche Tradition und höchste Qualität. Mit rund 820 Beschäftigten erwirtschaftete das Unternehmen, das seit 1956 im niedersächsischen Bad Zwischenahn sitzt, 2020 einen Jahresnettoumsatz von 233,7 Mio. Euro. Die Leitung des Familienunternehmens in siebter Generation liegt in den Händen von Dr. Gunnar Rauffus als Vorsitzendem des Aufsichtsrats. Geschäftsführer ist Michael Hähnel.

Für weitere Informationen:

**Rügenwalder Mühle**  
Unternehmenskommunikation  
Gabi Soballa  
Telefon: 04403 / 66 161  
E-Mail: [gsoballa@ruegenwalder.de](mailto:gsoballa@ruegenwalder.de)