

## Pressemitteilung

Freyburg (Unstrut), 30.06.2017

### Nach mehr als 16 Jahren: **Rotkäppchen startet Dachmarkenkampagne mit neuem TV-Spot**

**Mit der Botschaft „Der Moment seid ihr!“ startet Deutschlands verkaufstärkste Sektmarke ihre neue Dachmarkenkampagne. Erstmals vereint die Sektkellerei alle Rotkäppchen-Produktlinien unter einem Kampagnendach und lädt dazu ein, die schönen Momente des Lebens spontan zu genießen.**

Freyburg, 30.06.2017 – Sie weiß, wie es geht: Seit dem Jahr 2000 überrascht die geheimnisvolle Frau im roten Kleid mit der hinter dem Rücken verborgenen Flasche Rotkäppchen Sekt nicht nur ihren ankommenden Freund am Bahnhof, sondern ganz Deutschland. Sie hat wesentlich dazu beigetragen, dass der Sekt aus Sachsen-Anhalt heute an der Spitze steht: Mit 126 Millionen Flaschen im Jahr 2016 ist Rotkäppchen Deutschlands meistverkaufte Sektmarke. 17 Jahre nach der ersten Überraschung am Bahnhof startet Rotkäppchen am 1. Juli 2017 eine neue Dachmarkenkampagne. Mit der Botschaft „Der Moment seid ihr!“ vereinen die Freyburger im neuen Auftritt erstmals das gesamte Rotkäppchen-Sortiment.

„Für uns ist das ein Meilenstein und zugleich ein klares Bekenntnis zu unserer Geschichte und Identität“, bringt es Cathrin Duppel, Marketingleiterin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, auf den Punkt. „Seit dem Neustart nach der Wende haben wir die Marktanteile von Rotkäppchen kontinuierlich ausgebaut. Erfolgreich haben wir uns in den vergangenen Jahren von der reinen Sektmarke zur Dachmarke eines breiten Portfolios entwickelt. Folgerichtig führen wir deshalb nun alle Rotkäppchen-Produktlinien zusammen“, so Duppel.

#### **Bodenständig bleiben**

Essentiell war für das Unternehmen dabei, die Marke weiterzuentwickeln und gleichzeitig die Bodenständigkeit zu bewahren. „Wichtig war für uns, dass wir unser Markenverständnis und unsere Philosophie bei den Kunden erhalten und festigen: Rotkäppchen ist der Sekt für jedermann, der Menschen miteinander verbindet“, erklärt Tobias Richter, Marketing Manager Rotkäppchen.

1/3

**Rotkäppchen | Pressekontakt: Tabea Reich, Rasch PR-Manufaktur**

Telefon: +49 40 87 87 919-11  
tabea.reich@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52  
D-20459 Hamburg  
[www.pr-manufaktur.de](http://www.pr-manufaktur.de)



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Entwickelt wurde die neue Dachmarkenkampagne in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Ogilvy & Mather, Frankfurt. Die Agentur kreierte gemeinsam mit dem Rotkäppchen-Marketing eine Botschaft, die ermutigt, alltägliche Anlässe einfach mal zu genießen: Der Claim „Der Moment seid ihr!“ zielt direkt auf die Mitte der Gesellschaft, auf jedermann.

## **Auf Augenhöhe**

Unter „Der Moment seid ihr!“ wird die Marke aus Sachsen-Anhalt in diesem Jahr die Beziehung zu ihrer Zielgruppe weiter ausbauen, auf Augenhöhe. Mit der Aktion „Sag’s mit Rotkäppchen“, bei der jeder Rotkäppchen Fan sein eigenes Etikett gestalten konnte, wurde im ersten Halbjahr 2017 bereits der Anfang gemacht. Wegen des großen Erfolges der Aktion wurde sie bis in den Juni hinein verlängert.

## **Der neue TV-Spot: Spontane Gemeinschaft im Treppenhaus**

Wichtigstes Element der neuen Dachmarkenkampagne ist jedoch der neue TV-Spot, der am 1. Juli im TV Premiere feiert und dann auch in den Kinos zu sehen sein wird. Im Fokus des Spots steht die Spontaneität der Menschen in einem ganz normalen Mietshaus, die gemeinsam mit der Frau im roten Kleid aus einem Stromausfall eine improvisierte Treppenhaus-Party machen – mit Jung und Alt, Kerzenlicht und Musik und natürlich Rotkäppchen Sekt. So entsteht aus einer alltäglichen Situation ein schöner Moment, der für Nachbarschaft und Gemeinschaft steht: „Der Moment seid ihr!“ Spätestens in der Situation, in der das Licht wieder angeht, ist man als Spot-Zuschauer Teil der Szene, möchte sofort zum Schalter rennen und zurück zu Kerzenlicht und den tollen Nachbarn.

Und dort im Treppenaus ist sie wieder da, die Frau im roten Kleid. Und sie überrascht erneut, hat sich gewandelt: Von der Geheimnisvollen zu einer Frau, die Menschen verbindet.

Ergänzt wird der TV-Spot in der zweiten Jahreshälfte durch ein umfangreiches Maßnahmenpaket: Der Spot kommt ins Kino und die Kampagne wird auf Out of Home-Plakatmotiven zu sehen sein. Aber auch in Print, über Social Media und Digital sowie PR wird Rotkäppchen neu erlebbar. Immer mit der Botschaft „Der Moment seid ihr!“ – und natürlich mit der Frau im roten Kleid, die zu überraschen weiß.

## Facts & Figures TV Spot

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien: Cathrin Duppel (Marketingleiterin Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien), Tobias Richter (Marketing Manager Rotkäppchen)

Kreativagentur: Ogilvy & Mather Werbeagentur / Andreas Best (Client Service Director), Lothar Müller (Creative Director)

Regisseur: Mona El Mansouri

Produktion: Soup Film Berlin / Ulrika Åkerlind, Stephan Fruth

Start: 1.7.2017, 20:14 bei RTL, VOX und Sat1

Media: Mediaplus, München

PR: Rasch PR-Manufaktur, Hamburg

Social Media: KpunktNull, Düsseldorf

## Über Rotkäppchen:

Rotkäppchen ist eine Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut).

Foto:



© Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien

Bildmaterial: <http://www.pr-manufaktur.de/medienservice>  
<http://bilder.rotkaeppchen-mumm.de/>

3/3

**Rotkäppchen | Pressekontakt: Tabea Reich, Rasch PR-Manufaktur**

Telefon: +49 40 87 87 919-11  
tabea.reich@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52  
D-20459 Hamburg  
[www.pr-manufaktur.de](http://www.pr-manufaktur.de)



ROTKÄPPCHEN-MUMM