

17.07.2024

# REWE inszeniert Salat, Möhren & Co für aktuelle Regio-Kommunikation

Innerhalb der Regionalitätsoffensive setzt REWE auf aufmerksamkeitsstarke Werbemaßnahmen

Autor:in  
Frauke Weber  
PR-Managerin



Die U-Bahn-Station "Stachus" in München mit Blick auf den digitalen Screen.

Wie wachsen Möhren, rote Beete, Kartoffeln oder Lauch eigentlich in den Feldern von regionalen Erzeuger:innen, bis die Produkte erntefrisch in den REWE Märkten landen? Da nicht jede:r die Möglichkeit hat, in einem Feld zu graben, zeigt REWE an prominenten Plätzen, wie es unter der Erde aussieht. Und unter der Erde ist dabei wörtlich zu nehmen, denn auch manche Werbemaßnahme findet dort statt.

Wer zum Beispiel zwischen dem 16. und 31. Juli den Hauptabgang zur U-Bahn-Station Stachus in München betritt, läuft fast wie in ein unterirdisches Feld, denn man wird begleitet von Kartoffeln,

Möhren, Lauch und rote Beete. Auf einem großen digitalen Screen erlebt man, wie das Gemüse unter der Erde wächst und letztlich geerntet wird. Dieser Screen und eine zusätzliche Folierung in der U-Bahn-Station machen damit aufmerksamkeitsstark auf die aktuelle Regio-Kommunikation aufmerksam, die Teil der übergeordneten **Kampagne „Näher dran“** ist. Denn wer kann ansonsten schon unter die Erde blicken? Ähnliche aufmerksamkeitsstarke Aktionen laufen in den Stationen Konstablerwache in Frankfurt am Main sowie im Berliner Bahnhof Friedrichstraße.



Youtube Video Poster

Rund um den Uber-Platz in Berlin laufen die Werbemaßnahmen auf digitalen Screens.

Ebenfalls in München, Berlin (rund um den Uber-Platz) und Frankfurt/Main sowie in Bremen, Dortmund, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig und Stuttgart laufen digitale Motive, bei denen ein Salatkopf zum Greifen nah scheint: Ein regionaler Erzeuger wendet sich mit dem Salat so den Betrachtenden zu, als wenn er das Produkt aus dem Bild herausreicht. Dieses Motiv gibt es als weitere statische Variante auch für City Light Poster und City Light Säulen in mehreren Städten in ganz Deutschland. Auch hier ist überall der Claim „Näher dran“ integriert, der nicht nur auf das umfangreiche regionale Sortiment hinweist, sondern auch auf die Nähe von REWE Kaufleuten zu ihrer jeweiligen Region.

„Im ersten Teil unserer Regionalitätsoffensive haben wir die engen Bindungen unserer REWE Kaufleute zu den regionalen Lieferant:innen thematisiert“, sagt Elke Wilgmann. „In diesem Teil der Kampagne stellen wir das breite Angebot erntefrischer Produkte in unseren REWE Märkten vor. Und daher spielen die Produkte in den aufmerksamkeitsstarken Maßnahmen auch die Hauptrolle.“



Youtube Video Poster

Alle Aktionen gehören zur dreiwöchigen Kampagne (15. Juli bis 4. August 2024), die auch ein **emotionaler TV-Spot** auf reichweitenstarken Sendern ergänzt. Während der 30 Sekunden erleben Zuschauer:innen, wie breit regionale Vielfalt ist. Darüber hinaus wird die Kampagne über POS, Print und Social Media ausgespielt. Die jetzigen Aktionen setzen die bereits im April gestartete Regionalitätsoffensive mit dem Claim „Näher dran“ fort.

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln  
Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin REWE Marketing

Kreation: Creative Hub (REWE Marketing und Saatchi & Saatchi)

Filmproduktion: Tempomedia Filmproduktion

Regie: Humbi Entress

Komponisten: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Sebastian Schütze, Bernhard Pausch & Bogdan Dück

Produktion: So Supreme Publishing

Produktion (d)OOH: Woodblock

Fotografin: Katharina Bohm

Mediaagentur: OMD Düsseldorf

Digital Kreation: REWE Marketing

Digital Media: REWE Marketing

## Über REWE:

Mit einem Umsatz von 30,6 Mrd. Euro (2023), bundesweit mehr als 170.000 Mitarbeitenden und 3.800 Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE- und nahkauf-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige Kaufleute betrieben. Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2023 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 92 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren rund 390.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, [presse@rewe.de](mailto:presse@rewe.de)