23.01.2025

REWE feiert mit Bo Premiere im Dschungelcamp

Ob in Limousine oder an Liane – Bo sammelt lieber Euros statt Sterne

Autor:in
Frauke Weber
PR-Managerin

Welcome to Australia! So heißt es ab dem 24. Januar 2025 nicht nur für zwölf Stars, sondern auch für Bo von REWE Bonus. Denn REWE feiert mit Bo die Dschungelpremiere bei der 18. Staffel von „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ bei RTL, moderiert von Sonja Zietlow und Jan Köppen. Im Dschungel präsentiert Bo – immer smart in die Situationen eingebunden – das neue Vorteilsprogramm REWE Bonus.

Neben situativen Framesplits, die die Situationen „Streit“ und „Nachtwache“ im Dschungel aufgreifen und dann mit Bo auf das Vorteilsprogramm hinweisen, verweist ein Framesplit auf das Thema „Lieber Euros statt Sterne“ – angelehnt an den Claim „Euros statt Punkte sammeln“ in der REWE Kampagne. Darüber hinaus wird Bo auch im Intro-Move in Szene gesetzt. Dabei fällt die ikonische Limousine wie gewohnt vom Himmel. Auf dem Boden gelandet, steigt Bo aus dem Auto. Dabei rutschen viele Münzen aus der Limousine. Der Intro-Move läutet dann auch den REWE-Bonus TV-Spot ein.

REWE Bonus und Bo werden zudem im Lianen-Move „eingeflogen“. Dabei schwingt Bo an einer Liane hin und her und sammelt Euro-Münzen ein. Dabei verirrt sich ein Stern in seine Ausbeute. Diesen sortiert Bo mit den Worten „Lieber Euros statt Sterne sammeln? Kein Problem mit REWE Bonus! Jetzt neu in der REWE App“ aus. Nach dem Ad Special folgt der REWE-Bonus TV-Spot.

Ein weiteres Ad Special bezieht sich auf den Schatzkarten-Move. Dabei ist Bo mit Schatzkarte auf der Suche und schlägt sich durchs Buschwerk. Schließlich wird er fündig und findet seinen Schatz: ein riesiges Smartphone, aus dem viele Knetmünzen sprudeln. Mit den Worten „Die besten Schätze findest du in der REWE App. Jetzt neu: Euros sammeln mit REWE Bonus“ endet das Ad Special. Die verschiedenen Einblendungen und Einspielungen bieten die Chance, Bo aus ganz anderen Perspektiven zu präsentieren, indem er mit verschiedenen Situationen innerhalb des RTL-Formats interagiert. Dadurch erhält Bo eine stärkere Präsenz als eigenständiger Charakter.

"Das Dschungelcamp hat sich schon lange als fester Bestandteil zum Jahresauftakt im TV etabliert. Uns bietet das Format ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld, um interessante Zielgruppen abseits klassischer Werbemaßnahmen anzusprechen. Durch die Framesplits lenken wir das Augenmerk auf Bo und REWE Bonus während einer laufenden Sendung, sodass wir unsere Botschaften unaufdringlich und gleichzeitig einprägsam platzieren können", sagt Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin REWE Marketing.

"Mit dem neuen Vorteilsprogramm von REWE kommt etwas Großes in den deutschen Markt. Und das braucht auch einen großen Auftritt – Welcome to the Jungle! Die verschiedenen Inszenierungsformen sorgen für Abwechslung und Überraschung in Deutschlands beliebtester Show. Vorteil REWE, RTL und Deutschland!", sagt Lars-Eric Mann, Chief Marketing Officer, Ad Alliance.

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