

05.10.2021

Bundesweite Aktion: REWE bringt Kuhherde in die Städte

Auftakt zur großen Imagekampagne für Eigenmarke REWE Bio

Autor:in

Thomas Bonrath

Head of Media Relations und Mediensprecher



Wer schon immer mal wissen wollte, wie es um das Tierwohl bei Kühen in Bio-Haltung bestellt ist, hat am 9. Oktober dazu Gelegenheit: Dann bringt REWE Kühe in die Städte – und zwar in hunderte bundesweit, von Aachen bis Zwickau. Die Tiere müssen dafür aber nicht umziehen, sie sind friedlich grasend auf Screens zu sehen. Dafür stellt der Außenwerber Ströer REWE am 9. Oktober exklusiv zwei Mal fünf Minuten auf seinem Public Video Netzwerk an hochfrequentierten Bahnhöfen (Station Video), in Einkaufszentren (Mall Video) und an U- und S-Bahnsteigen in deutschen Großstädten (Infoscreens) zur Verfügung – insgesamt fast 6.000 Screens. Denn um 12 und 13 Uhr bestimmen für jeweils fünf Minuten Kühe von einem Bio-Hof in Regensburg das Programm.

Bereits am 7. und 8. Oktober sind Teaserspots auf den Ströer-Screens zu sehen, um die Aktion einzuläuten. Mit dieser außergewöhnlichen Umsetzung wird schnell große Aufmerksamkeit für die neue Kampagne der Eigenmarke REWE Bio in der unmittelbaren Nähe von REWE Märkten erzeugt. Gleichzeitig wird über die großen Bilder eine Gefühlswelt um die Marke aufgebaut: Denn die gezeigte Kuhherde gehört einem Landwirt, der auch tatsächlich die Eigenmarke REWE Bio beliefert.

Mit der Aktion macht REWE Bio darauf aufmerksam, wie viel Platz eine Kuh in ökologischer Haltung hat. „Der Film klingt zunächst unspektakulär – und die Aufnahmen sind es eigentlich auch. Wir wollen damit ganz plastisch zeigen, wie ökologische Landwirtschaft aussieht und wie sie sich konkret auf die Tiere auswirkt. Denn mit dem Abklingen der Corona-Pandemie haben sich auch bei den Verbraucher:innen die Prioritäten wieder verändert und Tierwohl nimmt jetzt den Spitzenplatz ein“, sagt Clemens Bauer, Leiter REWE Marketing. „Zudem signalisieren wir mit der breit angelegten Aktion auch, dass jede:r tagtäglich die Möglichkeit hat, Tierwohl zu unterstützen.“

Der bundesweite Stream am 9. Oktober leitet die Kampagne für die Eigenmarke REWE Bio ein, die insgesamt auf großformatiges Bewegtbild setzt. Darin zeigt REWE, wie sich Genuss und Nachhaltigkeit bestens verbinden lassen: „Ist das noch Bio? Sogar noch besser: REWE Bio!“ Denn nahezu die Hälfte der rund 700 REWE Bio Produkte sind nicht nur bio, sondern darüber hinaus Naturland zertifiziert. Sie erfüllen daher strengere Richtlinien als die EU-Öko-Verordnung vorgibt.

Zu der dreiwöchigen Kampagne zählen auch zwei TV-Spots:



Youtube Video Poster



Youtube Video Poster

REWE Bio | Mozzarella für mehr Weidegang

Sie machen Lust auf Genuss und zeigen, wieso REWE Bio Lebensmittel so gut schmecken. In der ersten Einstellung sieht man lecker inszeniertes Essen und pure Freude am Genuss. Dann erfolgt im Spot ein besonderer Effekt, der zurückverfolgt, woher die Zutaten stammen. Felix Hoffarth baut den Hafer für den REWE Bio Kakao Porridge an, der im Spot Lust auf vegane Pancakes macht. Michael Beers freilaufende Kühe dagegen liefern die Milch für den REWE Bio Mozzarella, der im Spot ein leckeres Topping für eine vegetarische Pizza ist. Und beide beantworten die Frage „Ist das noch Bio?“ auf ihre Weise. Beim Bio-Haferanbau werden die Böden geschützt, die Kühe in der Bio-Haltung erhalten Weidegang und Wellnessprogramm.

Die Filme laufen auch auf den Social-Media-Kanälen sowie in reichweitenstarken digitalen Medien. Einbezogen ist ebenfalls der REWE Lieferservice, bei dem 100.000 Bestellungen der Kakao-Porridge samt Rezeptkarte für die Pancakes beigelegt wird. Zusätzlich wird es auf Instagram eine Kochchallenge mit Influencern unter dem Hashtag #REWEBioChallenge geben.

Zum Hintergrund: REWE bietet mit der Eigenmarke **REWE Bio** bereits seit 30 Jahren ein entsprechendes Sortiment an, das heute über 700 Produkte umfasst. Damit zählt die Eigenmarke zu den ältesten und bekanntesten in diesem Bereich. REWE Bio steht für Natürlichkeit ohne künstliche und natürliche Aromen und unnötige Zusatzstoffe sowie eine schonende und traditionelle Herstellung. REWE setzt bei der Eigenmarke nicht nur auf die EU-Öko-Verordnung, sondern kooperiert schon seit 2010 mit dem Bio-Verband Naturland. Die Naturland Richtlinien gehen in den Bereichen Umweltschutz, Tierwohl und soziale Verantwortung über die Bio-Standards der EU-Ökoverordnung hinaus. Über 300 REWE Bio Produkte haben bereits diese strengere Bio-Zertifizierung.

Den bundesweite Stream auf Ströer-Screens gibt es hier zum Download:

[https://myconvento.com/public/get_file?](https://myconvento.com/public/get_file?download=1&id=enc2_VGpGNVpqWTFsvwn6WkRkSVNUUk9RMGN4ZVdKUIFUMDk)

[download=1&id=enc2_VGpGNVpqWTFsvwn6WkRkSVNUUk9RMGN4ZVdKUIFUMDk.](https://myconvento.com/public/get_file?download=1&id=enc2_VGpGNVpqWTFsvwn6WkRkSVNUUk9RMGN4ZVdKUIFUMDk)

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt, Köln; Clemens Bauer, Leiter Marketing
Kreativ Agentur: thjnk Hamburg
Regie: Joris Noordenbos
Filmproduktion: The Marmalade Studios
Komponisten: Wouter van den Boogaard, Justin Welgraven, Dennis Jonker
Mediaagentur: OMD Düsseldorf
Außenwerbung: Ströer
Digital Kreation: REWE Marketing
Digital Media: REWE Marketing

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,5 Mrd. Euro (2020), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und über 3.700 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 22 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de