

Mionetto Prosecco setzt auf „Digital first“: Großangelegte Digitalkampagne mit Topmodel Rebecca Mir als Markenbotschafterin

Wiesbaden, Juni 2024. Mionetto Prosecco, die weltweit meistverkaufte internationale Prosecco-Marke¹, startet Ende Mai eine großangelegte Digitalkampagne mit Topmodel und Moderatorin Rebecca Mir. Mit der „Digital first“-Kampagne geht die Marke neue Wege und macht einen weiteren Schritt in Richtung Digitalisierung.

Die aufmerksamkeitsstarke Kampagne mit Rebecca Mir als Markenbotschafterin versprüht italienische Lebensfreude und zeigt auf charmante humorvolle Art und Weise wie „Living La Dolce Vita“ funktioniert. Ein zentrales Element ist die markeneigene „Orange-Power“-Strategie, die die Markenfarbe Orange in den Fokus der Gestaltung setzt. Zusammen mit italienischem Klang und dem wiederkehrenden Wording „Ciao Bella“ in den verschiedenen Creatives, wird der Markenclaim „Mionetto Prosecco. Mehr als nur ein Prosecco“ mit Leben gefüllt. So wird auch der deutsche TV-Spot im Rahmen der Kampagne digital ausgespielt und rundet die Markenkommunikation somit über alle digitalen Touchpoints ab.



Unterhaltsame und emotionale Ansprache der Zielgruppe

Humorvolle Videoformate mit Rebecca Mir, die speziell auf die Sprache der sozialen Medien abgestimmt sind, sollen nicht nur Spaß bereiten und emotional berühren, sondern auch das Produkt auf unterhaltsame Weise der Zielgruppe, hauptsächlich Frauen im Alter von 25 bis 50 Jahren, näherbringen. Darüber hinaus kreiert Rebecca Mir selbst Content, den sie auf ihren eigenen Kanälen veröffentlicht.

„Unsere Kommunikation ist vielfältig und reicht von unterhaltsamen Reels über Produkthighlights bis hin zu nutzergenerierten Inhalten“, so Maren Lahm, Geschäftsführerin Marketing bei Henkell Freixenet Deutschland. „Darüber hinaus freuen wir uns sehr Rebecca Mir an Bord zu haben. Rebecca ist nicht nur für viele ein Idol aus dem Fernsehen, sondern auch bekannt in den sozialen Medien – und ihr Marken-Fit ist einfach unglaublich!“ ergänzt Maren Lahm.

¹ IWSR, Prosecco International Ranking nach Absatz, 2023 (veröffentlicht im Mai 2024)

Die Digitalkampagne wird von Ende Mai bis Ende Oktober über Digital First Meta (Instagram/Facebook), Pinterest, YouTube, TikTok (nur Alkoholfrei) und über Banner im Henkell Freixenet-Online-shop ausgespielt und beworben. Kreiert und umgesetzt wurde sie vom unternehmenseigenen „Digital Activation & Content“-Team, das im Zuge der Digitalisierung bei Henkell Freixenet Deutschland neu gegründet wurde.

Digitale Kanäle Mionetto (Deutschland):

Mionetto Deutschland Facebook: <https://www.facebook.com/mionetto.deutschland>

Mionetto Deutschland Instagram: https://www.instagram.com/mionetto_de

Mionetto Deutschland Pinterest: <https://www.pinterest.de/MionettoProsecco>

Mionetto Deutschland TikTok: <https://www.tiktok.com/@mionetto.de?lang=de-DE>

Über Mionetto

Erfrischend italienisch, sinnlich und hochwertig – Mionetto ist der Inbegriff von Prosecco. Die feinen Frizzanti und Spumanti stammen aus Valdobbiadene im norditalienischen Prosecco-Anbaugebiet Veneto. Das vielfältige Sortiment zeichnet sich durch stets beste handwerkliche Tradition, erstklassigen Geschmack und ein frisches Design aus. Trendige, fertig gemixte, aromatisierte weinhaltige Cocktails komplettieren das Angebot. Mionetto, laut IWSR die nach Absatz international meistverkaufte Marke im Prosecco-Sortiment und in mehr als 70 Ländern verfügbar, ist italienischer Prosecco-Genuss für die ganze Welt.

Weitere Informationen unter www.mionetto.com

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

Pressekontakt:

Henkell Freixenet Holding

Anja Koeslag
Communication
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63214
E. anja.koeslag@henkell-freixenet.com

segmenta communications GmbH

Anne Lüder
Neumühlen 1
22763 Hamburg
T. +49 (0)173 5131609
E. HenkellFreixenet@segmenta.de