



Initiative übernimmt Mediaetat von Kneipp Agentur verantwortet Strategie, Planung und Einkauf

Hamburg, 11. Dezember 2018 – Ob privat oder im Job: Nie war uns Glück und Zufriedenheit als Lebensgefühl so wichtig wie heute. Gesundheit, Work-Life Balance und Lebensfreude spielen für alle Zielgruppen eine wesentliche Rolle. Themen, die für die Kneipp GmbH im Zentrum der Unternehmensphilosophie stehen und die Produkte maßgeblich beeinflussen. Jetzt hat das Unternehmen, das seit über 125 Jahren erfolgreich am Markt agiert, seinen Mediaetat für Deutschland und Österreich an Initiative vergeben.

„Initiative überzeugte uns in der vorgeschlagenen Media Strategie mit einem durchdachten, datengetriebenen Ansatz, der unsere Konsumenten und ihre Bedürfnisse ins Zentrum der Kommunikation stellt. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, den stationären Handel noch stärker mit unserer Onlinepräsenz zu verknüpfen, relevante Zielgruppen zu erschließen und uns für die Zukunft noch stärker aufzustellen“, sagt Olivier Andrès, Marketingdirektor Kneipp.

Ab sofort betreut die Agentur aus dem Netzwerk der IPG Mediabrands den Mediaetat. Das Team um CEO Christian Scholz ist für Strategie und Planung sowie den gesamten Mediaeinkauf in Deutschland und Österreich zuständig. Die Vergabe erfolgte im Rahmen eines mehrstufigen Pitches, bei dem sich die **Agentur gegen namhafte Wettbewerber durchsetzte**. „Wir sind froh, Kneipp bei ihrem Transformationsprozess zu begleiten. Audience first steht dabei im Zentrum unserer Kommunikation. Mehr Menschen davon zu überzeugen, Kneipp-Produkte zu verwenden, ist unser Ziel“, sagt Christian Scholz, CEO Initiative.

Kundenindividuelle Kommunikation mit Cultural Velocity

Gesundheit ist heute mehr als „nicht krank“ und „health“ ist zum individuellen Statussymbol geworden. Für eine Marke wie Kneipp, die das Thema Gesundheit in Deutschland geprägt hat, gilt nun mehr denn je, **Menschen mit den richtigen Botschaften zu erreichen**. „Mit unserem 'Cultural Velocity'-Ansatz unterstützen wir Kneipp, diese Herausforderung zu meistern, indem wir Kommunikation abseits klassischer Werbung adressier- und skalierbar machen“, sagt Christian Jonas Lea, der als Head of Strategy von Initiative zukünftig die strategische Ausrichtung der Kampagnen verantwortet.

Mit Blick auf das Marketing spielen, neben dem stationären Handel, die Onlinepräsenz der Marke sowie ihr Auftritt in den sozialen Medien eine wesentliche Rolle. Immerhin, so eine aktuelle Studie der IPG Mediabrands, informieren sich 58 Prozent der Befragten vor dem Beautykauf online. Männer sind hier mit 65 Prozent stärker vertreten, als Frauen (55%). 45 Prozent derer, die angeben online nach Inspiration zu suchen, tun dies übrigens auf Social Media Plattformen. Darüber hinaus spielt das Smartphone eine wesentliche Rolle im Kaufentscheidungsprozess. 41 Prozent der deutschen Konsumenten nutzen das „Mini-Me“ zur Recherche. (Retail Buying Studie)

Pressekontakt:

Kneipp GmbH, Angela Kreipl/Simone Eschenbach
Winterhäuser Str. 85, 97084 Würzburg
Tel.: 0931-8002-107, E-Mail: angela.kreipl@kneipp.de



Über Kneipp®

Die Traditionsmarke Kneipp® steht seit über 125 Jahren für wirksame, innovative und natürliche Produkte für Wohlbefinden und Gesundheit auf Basis der ganzheitlichen Lehre Sebastian Kneipps. Naturheilkundliche Kompetenz und pharmazeutische Erfahrung, modernste Produktionsverfahren und sorgfältige wissenschaftliche Kontrollen bürgen für die seit Generationen bewährte Qualität der Kneipp® Produkte. Die Kneipp-Gruppe mit Sitz in Würzburg agiert weltweit mit rund 650 Mitarbeitern davon ca. 450 in Deutschland und ist eine 100-prozentige Tochter der PAUL HARTMANN AG, Heidenheim.

www.kneipp.com

Pressekontakt:

Kneipp GmbH, Angela Kreipl/Simone Eschenbach
Winterhäuser Str. 85, 97084 Würzburg
Tel.: 0931-8002-107, E-Mail: angela.kreipl@kneipp.de