

Information

Alpro startet mit Burda digitale Commercial Content-Kampagne

Kreative Inhalte von Video bis Native-Special/ Kampagne generiert über Burda Online-Marken, Social Media und Influencer Reichweite

Alpro, Experte für pflanzliche Lebensmittel, setzt mit Burda auf digitalen Commercial Content. Im direkten Zusammenspiel mit Burdas Vermarkter BCN hat b.famous für das Unternehmen eine kreative, reichweitenstarke Kampagne entwickelt, die auf journalistischem Storytelling und themenspezifischer Expertise aufbaut.

Zielgruppe sind junge Frauen ab 20, denen eine inspirierende und informierende Videoserie zeigt, wie sie Alpro Produkte einfach in den morgendlichen Alltag integrieren können. Die Storys rollt b.famous über *BUNTE.de*, *Foodboom.de* und *DasKochrezept.de* aus. Hinzu kommen Verknüpfungen mit den Social-Media-Auftritten der Foodmarken von BurdaHome. Auf diese Weise entsteht eine journalistische Rundum-Inszenierung der Marke Alpro nah an den Lebenswelten der Konsumenten.

Zentrales Element der Kampagne ist eine native Video-Clip-Reihe auf *BUNTE.de*. Zu den Protagonisten gehören die Lifestyle-Bloggerin und Influencerin Lindarella sowie Yoga- und Fitness-Star Kate Hall. Fünf Episoden stellen jeweils den Alltag und die Herausforderungen unterschiedlicher Morgen-Typen vor – und behandeln Themen rund um Fitness, Gesundheit und Ernährung.

Diese Episoden verzahnt b.famous inhaltlich mit den Plattformen *Foodboom.de* und *DasKochrezept.de*. Im Rahmen eigener Native Specials findet die Userin hier weitere – markenindividuell von der Burda Food Factory und *Foodboom* entwickelte – Rezepte mit Alpro Produkten. Hinzu kommen Tipps von Experten und weiteren inspirierenden Protagonisten. Die zusätzliche Social-Media-Vernetzung mit den Burda Food-Marken rundet die Commercial-Content-Kampagne ab.

Anja Grunefeld, Marketing Managerin DACH bei Alpro: „Diese Kooperation ist für Alpro der nächste Schritt um die Marketingaktivitäten in den Bereichen Online und Native Advertising weiter voranzutreiben. Bereits letztes Jahr hatten wir mit unseren Aktivitäten großen Erfolg und werden diesen Weg mit kreativen Ideen und Innovationen weiter beschreiten.“

„Die Kampagne für Alpro zeigt, wie kreativer Commercial Content funktioniert“, sagt Christine Fehenberger, Geschäftsführerin der b.famous content studios. „Im Zentrum stehen die – potentiellen – ‚Alpronistas‘ und Themen, die sie aus ihrer jeweiligen Lebenswelt heraus an der Marke interessieren. Diese Themen haben wir gemeinsam mit den Burda-Medienmarken in Geschichten übersetzt und diese vielfältig miteinander verknüpft. So entsteht glaubwürdiger, reichweitenstarker Content rund um die beiden Säulen Inspiration und Expertise.“

Hubert Burda Media

Über b.famous content studios

b.famous, 2017 von BCN und C3 gegründet, steht mit „Commercial Content“ für eine neue Form kreativer Markenkommunikation. Dazu arbeitet b.famous als Kreativagentur im Medienkonzern Burda und nutzt die medialen Plattformen des Hauses (Print, Digital, Influencer, Events). b.famous ermöglicht es Marken, selbst zu Storytellern zu werden – mit einem besonderen Twist. Das Unternehmen entwickelt Leitideen, die das Thema einer Marke oder eines Produkts auf kreative Weise eng mit der Lebenswelt der Konsumenten verknüpfen. Diese Ideen und die journalistischen Geschichten, die um sie herum entstehen, sind die Basis inhaltlich getriebener Kampagnen, Multichannel, live oder digital only, die im engen Zusammenspiel mit BCN entstehen.

Pressekontakt:

Christiane Blana
Hubert Burda Media
Corporate Communications
Tel.: +49 89 9250-3907
E-Mail: christiane.blana@burda.com

Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft

Sitz: Offenburg · HRA 471250 AG Freiburg · Geschäftsführende, persönlich haftende Gesellschafter: Prof. Dr. Hubert Burda, Hubert Burda Media Holding Geschäftsführung SE · Sitz: Offenburg · HRB 470692 AG Freiburg · Vorstand: Holger Eckstein, Dr. Paul-Bernhard Kallen (Vorsitzender), Dr. Andreas Rittstieg, Martin Weiss, Philipp Welte, Stefan Winners