

MÖVENPICK Genussoffensive

Von Mai bis September 2013 findet eine nationale Gewinnaktion auf allen MÖVENPICK Basissorten und der EisCreation des Sommers Banane-Karamell statt.

Unsere Eisgenießer können insgesamt 9 Traumreisen für je 4 Personen zu den Ursprüngen des MÖVENPICK Geschmacks gewinnen: Eine Reise geht nach Madagaskar, die Heimat der Vanille, zwei Reisen gehen nach Kalifornien, ins Anbauggebiet von Walnüssen und sechs nach Costa Rica, in das Ursprungsland der Bananen für die neue MÖVENPICK EisCreation des Sommers Banane Karamell.

Außerdem werden 1.000 exklusive MÖVENPICK-Eislöffelsets und 4 Meier's Weltreisen Reisegutscheine im Wert von je 500 € verlost. Die Teilnahme ist kinderleicht: Eis gemeinsam mit den Liebsten genießen und dann den 10-stelligen Code auf der Aktionspackung online auf www.moevenpick-eis.de eingeben. Der Gewinn wird direkt nach der Eingabe mitgeteilt!

Die Aktion wird in den Märkten von den Bezirksleitern anhand verschiedener Materialien (z.B. Plakate) aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt. Außerdem wurde das MÖVENPICK Gewinnspiel im MÖVENPICK TV-Spot und in verschiedenen Presseveröffentlichungen beworben.

Auf die Gewinnerinnen und Gewinner warten zahlreiche attraktive Preise



MÖVENPICK So kann Eis sein.

Die Hauptdarstellerin des Fernsehspots

Neuer TV-Spot setzt auf Pantomime

In diesem Jahr unterstützen wir das Basissortiment der MÖVENPICK Hauspackungen mit einer klassischen Kommunikationskampagne. Im Mittelpunkt steht unser Klassiker Maple Walnuts, eine der ersten Sorten, die 1979 im Lebensmittel-einzelhandel eingeführt wurde und nach der Bourbon Vanille unsere zweitstärkste Sorte im Sortiment.

Die Marke MÖVENPICK wird von unseren Eisliebhabern als hochwertig und innovativ wahrgenommen, aber auch etwas distanziert. Mit dem neuen TV-Spot wollen wir den Genuss von MÖVENPICK in der Gemeinschaft mit Freunden in den Fokus stellen, um damit u. a. eine noch stärkere Nähe zu unseren Konsumenten herzustellen. In diesem Spot sehen wir eine Gruppe von Freunden, die gemeinsam einen lustigen Spieleabend verbringt. Unsere Hauptdarstellerin, eine junge Frau, stellt pantomimisch dar, wie Eis sein kann. Ihre Freunde versuchen eifrig, den richtigen Begriff zu erraten und wenn sie dann den einzigartigen Genuss im Gesicht ihrer Freundin sehen, ist klar, dass es sich hier nur um MÖVENPICK handeln kann.

Gedreht wurde mit fünf Schauspielern in München in der ehemaligen Wohnung eines Stars des FC Bayern München. In der Wohnung drängten sich während der Aufnahmen circa 40 Leute – neben den Schauspielern noch Regisseur, Kamerateam, Ton, Licht, Fotograf, ein Team unserer Kreativagentur JWT und neben Stylisten für die Schauspieler auch ein spezieller Food-Stylist für das gezeigte Eis. Für das Szenenbild wurde ein komplettes Wohnzimmer eingerichtet und damit im Spot auch kleinste Details stimmten, wurden vorher nicht nur alle Möbel ausgesucht, sondern zum Beispiel für die Bestückung des Bücherregals – dem Hintergrund des TV-Spots – 2.500 Bücher gesichtet. Um den vermeintlich in den Abendstunden stattfindenden Spieleabend realistisch zu drehen, wurde außerdem den ganzen Tag die Fensterfront komplett verdunkelt. Damit die Bilder am Ende besonders realistisch aussahen, wurde mit einer

speziellen Kamera gedreht, die an Gummiseilen befestigt war und so durch ihr leichtes Wippen die Aufnahme von besonders dynamischen Bildern ermöglicht. Im Laufe der Dreharbeiten bereitete der Food-Stylist 250 Portionen Maple Walnuts Eis vor, da das Eis im warmen Scheinwerferlicht immer wieder dahinschmolz.



Die Eisdarstellung am Ende des Spots wurde im „Table Top-Verfahren“ gedreht.

Die Eisdarstellung am Ende des Spots wurde in einem Spezialstudio in Amsterdam gedreht. Regie führte hier Ronald Koetzier, einer der führenden Table Top-Regisseure weltweit, der unter anderem bereits für Mc Donalds, Jacobs und Heinz drehte. Als „Table Top“ bezeichnet man Aufnahmen von kleinen Objekten auf einem Tisch, in unserem Falle also die Eisinszenierung. Für diesen Teil des Drehs wurden über 300 Liter MÖVENPICK Maple Walnuts Eis benötigt und 50 Kilogramm Walnüsse karamellisiert. Mithilfe einer speziellen Apparatur wurden Walnüsse in das cremige Eis fallen gelassen und die einzigartige Halterung der Kamera erlaubte es, beim Drehen verschiedenste Perspektiven auszuprobieren, aber trotzdem immer das Produkt im Fokus zu haben.

Die Mühe hat sich gelohnt – aber sehen Sie selbst, der Spot läuft ab der 22. Kalenderwoche auf allen reichweitenstarken Sendern wie RTL, SAT1 und Kabel 1.

Erneut ein Hotspot: die Dessertshow

INTERNORGA 2013

Trotz Schnee und Eis, Streik an den Flughäfen und glatten Straßen in Norddeutschland konnte die INTERNORGA ein zufrieden stellendes Ergebnis verzeichnen – 90.000 Fachbesucher haben vom 8. bis 13. März 2013 die Hamburger Messehallen gefüllt.

Die Stimmung unter den Ausstellern war großartig, die Resonanz der Besucher sehr positiv. Auch wir waren mit dem Ergebnis der Messe zufrieden. Unsere Besucher waren von unseren MÖVENPICK-Neuheiten, der Croissanterie, Frappélatte und den neuen Produkten aus den Bereichen TTK und Backwaren begeistert.



3 Fragen an Ralf Schmitt

Herr Schmitt, seit wann sind Sie inzwischen schon mit an Bord?

Seit 2009 moderiere ich mit Frank Scholz nun schon die Infotainment-Show für die neuen, außergewöhnliche MÖVENPICK-Eiskreationen. Ich fühle mich als Teil des Teams und wurde von der NESTLÉ SCHÖLLER-Eis-Familie herzlich aufgenommen. Insgesamt waren es bislang 371 Shows auf der INTERNORGA, Intergastra, HOGA und Gastro Rostock. Die Messebesucher und MÖVENPICK-Kunden empfanden die Show als echtes Highlight, da es sich um die einzige Eis-Show auf den jeweiligen Messen handelt. Die Attraktivität wird noch gesteigert, weil es die einzige Show mit Moderator ist – der auch gerne mal die Kunden humoristisch mit ins Geschehen einbindet.

Was macht die Dessertshow so erfolgreich?

Die Show bietet also eine Menge Informationen, Unterhaltung und dann auch noch das leckere und besondere MÖVENPICK-Eis zum Probieren. Eine weitere Stärke ist, dass Außergewöhnliches ausprobiert werden kann: Wie schmeckt die neue MÖVENPICK-Sorte zum Beispiel in Kombination mit Schinken, Speck, Ruccola oder Ricotta? Ein kleines Gourmetabenteuer fürs gesamte Team und für die Besucher. Auffällig ist, dass auch NESTLÉ SCHÖLLER-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sich gemeinsam mit Kunden die Show ansehen und genauso viel Spaß dabei haben. Der Funke vom Team springt schnell auf die Zuschauer über.

Was gefällt Ihnen persönlich am besten an Ihrer Dessertshow-Moderation?

Besonders viel Spaß macht es mir, weil unser Eis ein stark emotionales Produkt ist, mit dem ausschließlich positive Gefühle wie Liebe, Genuss, Harmonie, Raffinesse und Leidenschaft transportiert werden. Kreativität wird beim Produkt und bei der Show immer großgeschrieben, Außergewöhnliches nicht gescheut. All die positiven Emotionen, die das Eis auslöst, treffen auch auf unser Team zu. Wir transportieren Liebe und Leidenschaft fürs Produkt über die Show und werden mit jedem Auftritt gewiefter, einfallsreicher, lernen immer mehr spontan und situativ zu agieren und zu reagieren. ins ist sicher: Langeweile ausgeschlossen. Show, Team und Produkt gehören zusammen wie MÖVENPICK-Eis und Genuss.



Der NESTLÉ SCHÖLLER Messestand war erneut ein Publikumsmagnet mit zahlreichen Attraktionen, tollen Produkten und natürlich der Dessertshow.