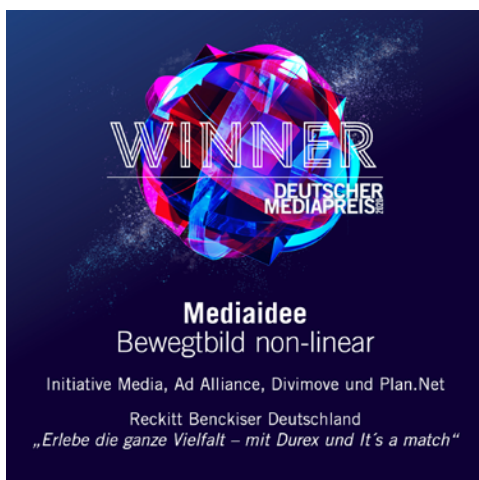




PRESSEINFORMATION

DUREX-Kampagne gewinnt Deutschen Mediapreis 2020

Heidelberg, 3. Juli 2020 – Der Deutsche Mediapreis in der Kategorie „Media-Idee Bewegtbild non-linear“ geht in diesem Jahr an Initiative Hamburg mit DUREX. Die kreative Multichannel-Kampagne für die Content-Produktion „It's a Match – Die DUREX Serie“ setzte gegen zahlreiche Mitbewerber durch und überzeugte die Fachjury.



Für die Kommunikation der „DUREX Gefühlsecht“-Kondom-Produktreihe im Frühsommer 2019 wurden erstmals sämtliche digitalen Kanäle genutzt, die Mediaagentur INITIATIVE setzte dies gekonnt um. Herzstück der Kampagne war die Videoreihe „It's a Match – Die DUREX Serie“, die aus drei jeweils zweiminütigen Folgen bestand. In jeder einzelnen macht DUREX humorvoll auf verschiedene Kondome aus dem Produktportfolio aufmerksam. In einem sogenannten Mixed Content Channel

wurden die Videos auf TVNOW integriert.

Das Ziel der Kampagne war die Aufklärung über die Produktvielfalt der DUREX Gefühlsecht-Produktreihe. Die Ergebnisse waren durchweg positiv: rund 270.000 Seitenaufrufe bei TVNOW, eine durchschnittliche Verweildauer von 4 Minuten, über 100.000 Video-Views und eine View Through Rate von 68 Prozent. Und natürlich: jede Menge Gesprächsstoff.

RB Pressebüro

E presse.de@rb.com

Über RB:

RBs Antrieb ist es, zu schützen, zu heilen und zu pflegen, um jedem eine saubere und gesündere Welt zu ermöglichen. Daher setzen wir uns unermüdlich dafür ein, dass der Zugang zu Hygiene, Wohlbefinden und gesunder Ernährung kein Privileg, sondern ein Grundrecht für jeden Menschen ist.

Von Produkten der allgemeinen Hygiene über das allgemeine Wohlbefinden bis hin zu spezialisierter Säuglingsnahrung: RB ist stolz auf seine globalen Marken, die in mehr als 190 Ländern weltweit zu finden sind und dort täglich mehr als 20 Millionen Mal von Verbrauchern gekauft werden. Zum Portfolio des Unternehmens zählen bekannte Marken wie Sagrotan, Dobendan, Durex, Finish, Gaviscon, Nurofen, Scholl, Vanish, Veet, Calgon, Cillit Bang, Clearasil, Woolite und Air Wick sowie Enfamil und Nutramigen.

Die Grundlage des Unternehmenserfolges bildet die einzigartige Firmenkultur von RB. Insgesamt mehr als 40.000 talentierte MitarbeiterInnen arbeiten gemeinsam mit ausgewählten Partnern leidenschaftlich an neuen Wegen, die unser Leben jeden Tag verbessern. Bestrebt, das Richtige zu tun und einen echten Unterschied in der Welt zu machen, setzt sich RB stets mutige und ehrgeizige Ziele. Der Mensch und seine Bedürfnisse stehen für das Unternehmen dabei immer an erster Stelle.

Weitere Informationen finden sich unter www.rb.com/de.