

Pressemitteilung

Freyburg (Unstrut), Dezember 2012

Sektmarktführer zieht erfolgreiche Bilanz des TV-Sponsorings **ZDF Montagskino ohne Rotkäppchen**

Rotkäppchen zieht eine erfolgreiche Bilanz seiner TV-Sponsorings bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. So wurde unter anderem das ZDF-Montagskino ununterbrochen seit 2000 wöchentlich von Rotkäppchen präsentiert. Aufgrund des neuen Rundfunkstaatsvertrags enden jetzt aber – zum Bedauern des deutschen Sektmarktführers – die TV-Sponsorings bei den Öffentlich-Rechtlichen.

Neben dem ZDF-Montagskino wurden auch die TV-Shows „Wetten, dass“, „Lanz kocht“ und die mdr-Talkshow „riverboat“ in den zurückliegenden Jahren kontinuierlich von Rotkäppchen präsentiert. Beachtenswert waren die erreichten Werte: das Montagskino hatte durchschnittlich eine Reichweite von rund 3,7 Prozent und einen Marktanteil von 13,7 Prozent. Spitzenwerte von 21,5 Prozent Reichweite und einem Marktanteil von 45,8 konnte für die Präsentation von „Wetten, dass“ verzeichnet werden.

Peter O. Claußen, Marketingdirektor der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, bilanziert: „Der Rotkäppchen werden diese besonderen, qualitativ hochwertigen Platzierungen, die wir bisher mit Sponsorings im öffentlich-rechtlichen Fernsehen belegt haben, sehr fehlen. Es gibt für uns keine vergleichbare Alternative, um derartigen Zielgruppen bei gleichzeitig hoher Breitenwirkung, zu erreichen. Wir werden diese Gelder weniger in private TV Sender investieren. Für das Jahr 2013 haben wir andere Kanäle ausgesucht.“

Zukünftig werden verstärkt Aktivitäten in alternativen reichweitenstarken Medien geplant. Verbraucher sollen über die starke TV-Präsenz hinaus, insbesondere über qualitative Online-Maßnahmen erreicht werden und damit über neue Kanäle an die Marke Rotkäppchen gebunden werden.

1/1

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH | Pressekontakt: Claudia Korenke PR GmbH

Telefon: +49 69 9758560
Fax: +49 69 749043
info@korenke.com

Kettenhofweg 92,
D-60325 Frankfurt
www.korenke.com



ROTKÄPPCHEN-MUMM