

true fruits startet umstrittene Plakatkampagne / mehrere Motive bereits im Vorfeld zensiert



Die true fruits-Gründer: Inga Koster, Nicolas Lecloux, Marco Knauf (v.l.)

Mit seiner deutschlandweiten Plakatkampagne zur Einführung von zwei neuen Säften mit Chiasamen stieß das Bonner Unternehmen true fruits bereits im Vorfeld auf Widerstand. So verweigerte die Deutsche Bahn und zwei Städte in Süddeutschland die Plakatierung von drei Motiven.

Folgende Slogans sind betroffen:

- „2 Samenspender aus gutem Hause.“
- „Oralverzehr – schneller kommst Du nicht zum Samengenuss.“
- „Bei Samenstau schütteln.“

Lediglich die Plakate mit dem Slogan „Besamt & befruchtet“ wurden genehmigt.

In 11 weiteren deutschen Städten, darunter Hamburg, Berlin und Frankfurt, werden ab spätestens morgen alle true-fruits-Plakate zu sehen sein.

true fruits-Mitgründer und Marketingchef Nicolas Lecloux:

„Auf unseren Flaschenrückseiten haben wir schon immer Schabernack mit frechen Sprüchen getrieben. Auf

Facebook & Co sind wir dafür bekannt. Als die neuen Samensäfte kamen, sind unseren zwei Texterinnen viele doppeldeutige Slogans eingefallen, die manch einer schweinisch oder kindisch finden mag. Wir haben darüber nachgedacht, ob diese Art der Kommunikation öffentlichkeitsauglich ist, kurz überlegt und festgestellt, dass es uns egal ist. Für eine Marke ist es wichtig, dass sie Profil hat. Wir nehmen daher auch in Kauf von einigen nicht gemocht zu werden. Die Sprüche fanden wir dann so lustig, dass wir dachten, dafür lohnt es sich endlich mal Geld für eine Plakatkampagne in die Hand zu nehmen.“

Die Kampagnenmotive sind ca. zehn Tage lang an hochfrequentierten Orten in Hamburg, Bremen, Berlin, München, Nürnberg, Dresden, Hannover, Frankfurt, Köln, Bonn, Düsseldorf und Dortmund zu sehen sein. Insgesamt erreicht true fruits mit 3.000 Großflächen-Plakaten, 900 Mega-Lights und zwei Riesenpostern in München rund 50 Mio. Kontakte.

Über true fruits:

2006 von drei Freunden ohne Branchenkenntnisse und mit wenig Kapital gestartet, eroberte true fruits als erster Smoothie-Anbieter den deutschen Markt und ist seit 2015 Marktführer in diesem Bereich. Mit inzwischen acht unterschiedlichen Smoothies, zwei Chiasäfte und 24 Gefährten ziehen die true fruits-Macher ihr Ding konsequent durch – mit Erfolg: Produktdesign und Qualität wurden bereits mehrfach national und international ausgezeichnet. Leidenschaft statt Industrie, Qualität statt Zusatzstoffe und allen voran das Prinzip: true fruits – no tricks. Nicht mehr, aber eben auch nicht weniger. Mehr über true fruits gibt es unter www.true-fruits.com oder auf www.facebook.com/true.fruits.no.tricks.

Fee Surges, true fruits GmbH, Auguststraße 19-29, 53229 Bonn
fon: +49 (0) 228 3873 340, mail: fee.surges@true-fruits.com