



## PRESSEINFORMATION

„Open up your Inspiration“ mit HITCHCOCK  
HITCHCOCK startet zweiten Teil der „DREH AUF“ Kampagne

**Mönchengladbach, den 08. Mai 2023 – Unter dem Motto „Heute schon aufgedreht?“ wurde im vergangenen Jahr im Rahmen der interaktionsstarken Social-Media-Kampagne „DREH AUF“ das ultimative Soundbranding der Marke gesucht. Dazu wurden zahlreiche Home Gourmets aufgerufen, mit der ikonischen kleinen grünen Flasche ihre Sounds beim Kochen oder Mixen in einem Soundvideo festzuhalten. Nun verlängert das HITCHCOCK Markenteam in Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur husare die Kampagne, da die Kampagnenidee „DREH AUF“ noch nicht auserzählt ist: Unter dem Motto „Dreh Genusserlebnisse auf“ teilen reichweitenstarke Influencerinnen und Influencer ihre liebsten Gerichte, die sie mit besonderen Genussmomenten verbinden. Anschließend werden diese von einem renommierten Koch mit den Produkten der Marke authentisch und professionell nachgekocht. Im Fokus stehen dabei die neuen und vielseitigen Genusserlebnisse, die sich mithilfe der hochwertigen Direktsäfte aus dem Hause HITCHCOCK kreieren lassen. Die Kampagne läuft in zwei Flights, startet Anfang Juni und läuft bis Ende September.**

Spätestens seit der Social-Media-Kampagne in 2022 ist die „kleine grüne Flasche“ von HITCHCOCK allen Home Gourmets ein Begriff: Direktsaft in kompromissloser Qualität mit hochwertigsten Zutaten aus den weltweit besten Anbaugebieten – und seit Kurzem mit einem unverwechselbaren Sound, der nicht nur als starkes Differenzierungsmerkmal die Marke HITCHCOCK repräsentiert, sondern auch beim Kochen und Shaken als Inspiration für den besonderen Genuss dient. Damit das weiterhin so bleibt und der Foodie-Community die vielseitigen Verzehranlässe vor Augen geführt werden, stehen in der zweiteiligen Social-Media-Kampagne inspirierende Genusswelten im Fokus. Dazu teilen food-affine, reichweitenstarke Influencerinnen und Influencer ihre für sie persönlich ganz besonderen Genussmomente. Mithilfe der hochwertigen HITCHCOCK Direktsäfte werden die Gerichte im Nachgang von einem professionellen Koch authentisch und möglichst nah am Originalrezept nachgekocht. Das fertige Gericht wird dann zum Geschmackstest den Influencerinnen und Influencern serviert.

### **Interaktive Kampagneninhalte zur Aktivierung der Community**

Um neben reichweitenstarken Influencer-Kooperationen auch die Community mit einzubinden, werden alle Home Gourmets zum Teilen und Posten ihrer eigenen Genussbotschaften in Form von digitalen Postkarten aufgerufen. Als Motiv können Vorlagen von HITCHCOCK mit den Rezepten der Influencer-Genussmomente genutzt oder aber eigene Kreationen geteilt werden. Wer die Rezepte mit Freunden teilt und HITCHCOCK markiert, springt so auch noch in den Lostopf für eine Vielzahl an hochwertigen Gewinnen. Denn unter allen teilnehmenden Hobbyköchinnen und Hobbyköchen werden attraktive Preise verlost.



### **Bewerbung auf allen Kanälen**

Die HITCHCOCK Kampagne „Dreh Genuss-Erlebnisse auf“ wird neben Social Media auch online, in Print-Medien und am POS verlängert. Der Maßnahmenmix ist so ausgelegt, dass Home Gourmets in jeder Phase des Shopper-Funnels angesprochen und begleitet werden – vom Erstkontakt mit den Produkten bis hin zum Kaufmoment. Inhaltlich liegt der Fokus der Kampagnenmaßnahmen gemäß dem Motto „Open up your Inspiration“ darin, die Konsumentinnen und Konsumenten zu inspirieren, ihre eigenen Genuss-Erlebnisse zu kreieren, zu teilen und selbst aktiv in der Küche zu werden.



*Bildunterschrift: Das Motto der Social-Media-Kampagne von HITCHCOCK (Foto: © HITCHCOCK GmbH)*

### **Über HITCHCOCK**

HITCHCOCK steht seit über einem halben Jahrhundert für Direktsaft in höchster Qualität. Der Erfolg ist das Ergebnis der kontinuierlichen Umsetzung der HITCHCOCK Markenphilosophie, nach der ausschließlich die besten Rohstoffe zur Herstellung verwendet werden dürfen und die daraus hergestellten Produkte streng definierten und kontrollierten Qualitätsmerkmalen genügen müssen. Die sorgfältige Auswahl der Anbaugelände, lange Reifezeiten sowie die schonende Ernte sind bei HITCHCOCK daher ein selbstverständlicher Teil des Qualitätsprozesses. Diesem hohen Anspruch, der langjährigen Erfahrung und der zuverlässigen Qualität ist es zuzuschreiben, dass Millionen deutsche Haushalte der Marke HITCHCOCK ihr Vertrauen geschenkt haben und es jeden Tag mit Freude und Genuss erneut tun. Ob Mixdrink, Cocktail oder Gourmetgericht, mit den Direktsäften Zitrone, Limette, Bio-Ingwer und Bio-Kurkuma der HITCHCOCK Spice Collection lassen sich jederzeit vielfältige Leckereien zaubern und verfeinern. Für puren Trinkgenuss sorgt die HITCHCOCK Juice Collection: Imperial Orange, Royal Pineapple, Ultimate Mango und Deepdark Cranberry sind genau das Richtige für anspruchsvolle Saftkenner auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen. Die Shot Collection sorgt für aktivierende Boosts sowie ein energiegelobtes Lebensgefühl und umfasst die Geschmacksrichtungen Grapefruit & Limette, Maracuja & Acerola und Orange & Kurkuma. Alle Produkte sind im Onlineshop unter [www.hitchcock.de](http://www.hitchcock.de) erhältlich.

Die Marke HITCHCOCK ist Teil der Valensina Gruppe, die zu den führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands gehört. An drei Standorten verfügt das inhabergeführte Familienunternehmen über ein in Deutschland einzigartiges Know-how in Abfüll- und Verpackungstechnik.

**Weitere Presseinformationen finden Sie unter [www.hitchcock.de](http://www.hitchcock.de).**

**Und noch mehr Einblicke gibt es hier:**  
[www.instagram.com/hitchcock\\_1966](https://www.instagram.com/hitchcock_1966)



---

Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:  
kommunikation.pur GmbH, Kerstin Weber, Sendlinger Straße 31, 80331 München, Tel.: 089 23 23 63 42,  
weber@kommunikationpur.com oder hitchcock@kommunikationpur.com

<b>Projektstatus/Verantwortlichkeit</b>	<b>Datum</b>
<b>Texterstellung/Agentur oder Brand Manager</b>	11.04.2023
<b>Zur Abstimmung an Brand Manager (ggf. löschen)</b>	11.04.2023
<b>Finale Textfreigabe (TM oder OJ)</b>	03.05.2023
<b>Weiterleitung an Agentur/Brand Manager zum Versand</b>	03.05.2023