

Purea sagt chemisch gereinigten Speiseölen den Kampf an

Teutoburger Ölmühle will mit neuer Marke starke Impulse setzen – Umfangreiche Kampagne mit TV-Spot geplant

Ibbenbüren, 18. Juni 2019: Die Teutoburger Ölmühle GmbH geht in die Offensive. Mit einer breit angelegten Werbekampagne im TV und umfangreichen PR-Maßnahmen soll darüber aufgeklärt werden, dass chemisch gereinigte Speiseöle nicht länger zeitgemäß sind. Ziel ist es, eine höhere nationale Relevanz für das Thema zu erreichen. Es soll klar werden, dass Chemikalien wie technisches Hexan, Natronlauge und Phosphorsäure, die in der Raffination oftmals Anwendung finden, schlichtweg unnützlich sind.

„Schluss mit chemisch gereinigten Speiseölen“ – unter diesem Motto lanciert die Teutoburger Ölmühle ihre neue Marke Purea ab dem Sommer in den Regalen der landesweiten Supermärkte. Der mediale Dornröschenschlaf, in den das Speiseölsegment seit 20 Jahren verfallen ist, wird durch Purea aufgehoben. Massiv im TV wach zu rütteln, ist das, was sich der Spezialist für nachhaltige hergestellte Raps-Kernöle aus geschälter Saat mit seiner neuen Marke auf die Fahne geschrieben hat. Der aufklärende Purea Werbespot wird in reichweitenstarken Privatsendern wie Pro7, Sat 1, und Kabel 1 ausgestrahlt. Mit dem geplanten Werbeetat, welcher bis ins Jahr 2020 hinein für den Markenaufbau sorgen soll, werden ca. 2,5 Mrd. Kontakte erreicht.

Ziel des disruptiven neuen Konzepts ist, die Verbraucher darüber aufzuklären, mit welchen chemischen Keulen das oftmals in 1-Liter-Plastikflaschen angebotene billige Speiseöl behandelt wird, um genusstauglich zu werden. Zwar ist die Extraktion mit Lösungsmitteln und Raffination von Speiseölen lebensmittelrechtlich zugelassen und sie finden bei 70 Prozent der heute angebotenen Speiseöle Anwendung. Die Ölmüller aus Ibbenbüren stellen mit Purea aber eindrucksvoll unter Beweis, dass es auch anders geht: Die Herstellung eines reinen Rapsöls mit neutralem Geschmack bedarf keinerlei Chemikalien, wie Hexan, Natronlauge oder Phosphorsäure.

Die Macher von Purea mit dem Geschäftsführer Gerd Beilke sind sich daher sicher, dass aufgeklärte Verbraucher zukünftig einen Bogen um chemisch gereinigte Speiseöle machen werden. „Sanft schälen, kalt pressen, mild dämpfen: So simpel sind die Schritte, die wir in unserem Aqua-Soft-Verfahren bei Purea anwenden“ sagt Gerd Beilke mit Stolz. Im Purea-Werbefilm wird eine breite Öffentlichkeit mithilfe einer sympathischen Mutter/Tochter-Situation angesprochen. „Der Spot soll zum Nachdenken anregen und gleichzeitig zum Wechsel animieren“, fügt Manja Behrens, Marketingleiterin der Teutoburger Ölmühle selbstbewusst hinzu. Dass es im Prozess der Speiseölherstellung keinerlei Chemikalien bedarf, um ein neutral schmeckendes reines Rapsöl herzustellen, davon ist man in Ibbenbüren überzeugt.



Purea steht für puren Speiseölgenuß, ohne die Qual einer Raffination zu durchleben
Bildquelle:
Teutoburger Ölmühle



PRESSEINFORMATION

Purea wird in einer 750ml-Flasche aus besonders leichtgewichtigem Glas verfügbar und ab Mitte Juli national im Lebensmitteleinzelhandel zu finden sein. Abverkaufsstarke ¼-Cheps werden auf der Zweitfläche für zusätzliche Aktionsimpulse sorgen. Um die relevanten Konsumenten gezielt zu erreichen, werden über die TV-Schaltung hinaus bis Ende 2019 weitere kommunikative Maßnahmen umgesetzt.

Purea aus dem Hause Teutoburger

Die Teutoburger Ölmühle mit Sitz in Ibbenbüren ist ein mittelständisch geprägtes Unternehmen und führender Anbieter von kaltgepressten Raps- und Sonnenblumen-Kernölen sowie Leinölen. Das angewendete Herstellungsverfahren, die Schälung der Saat, ist patentiert.

3.486 Zeichen inkl. Leerzeichen, 45 Zeilen

UVP: 2,99€

www.purea-oel.de

Pressestelle Teutoburger Ölmühle:

c/o modem conclusa gmbh, Jutastraße 5, 80636 München

Uti Johne, T. 089 746308-39, johne@modemconclusa.de

Hannah Trowal, T. 089 746308-38, trowal@modemconclusa.de

Text und druckfähiges Bildmaterial erhalten Sie in unserem Presseservice: <http://news.cision.com/de/purea>