

**TouchWorks bringt neue Generation Babynahrung online: Nestlé NaturNes**

Düsseldorf, den 7. Mai 2009

Online first! – lautet die Devise der Launch-Kampagne für die neue Premiummarke Nestlé NaturNes, die diesen Monat erstmals in Deutschland erhältlich ist. Die Produkte wurden insbesondere für Mütter und Väter konzipiert, die einen besonderen Wert auf eine natürliche Ernährung ihrer Kinder legen. NaturNes zeichnet sich durch 100 Prozent natürliche Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau sowie das einzigartige, von Nestlé entwickelte, schonende Dampfgarungsverfahren und eine Umwelt schonende Verpackung aus.

Der Produktstart wird begleitet vom Launch der von der Düsseldorfer Agentur TouchWorks entwickelten Website unter [www.naturnes.de](http://www.naturnes.de). Auf der emotional einladenden Site mit niedlichen, animierten Elementen können Mütter und Väter alle Produkte aktiv bewerten. Die Bewertungen sind für alle anderen User offen sichtbar.

Das enge Zusammenspiel mit der Zielgruppe hatte TouchWorks bereits in der Pre-Launch-Phase genutzt. Über hundert Mütter bekamen die Gelegenheit, das neuartige Produkt bereits vor der Einführung zu testen und ihre Einschätzung abzugeben. Der Erfolg war immens: In nur einer Woche bewarben sich Tausende von „Testmüttern“. Die NaturNes-Website, die damals noch ausschließlich auf die Testmütter-Aktion hinwies, verzeichnete direkt zum Start extrem viele Visits. Auch auf der neu gestarteten Website ist die Meinung der Eltern gefragt: In der Rubrik „Produkte“ können sie die Lieblingsorte ihres Babys markieren und sehen, wie andere Mütter entschieden haben. Beliebteste Sorte derzeit ist Apfel & Pfirsich (ab 4. Monat).

„Beim Kauf von Babynahrung spielen der Word-of-Mouth-Effekt und Empfehlungen anderer Mütter und Väter eine entscheidende Rolle. Hierauf sind wir bei der interaktiven Website und auch in der Pre-Launch-Phase besonders eingegangen“, erläutert Jens Grunewald, Managing Director TouchWorks.

„Das Internet gehört heute zu den wichtigsten Informationsquellen für Mütter“, fügt Jeanette Wingenter, Consumer Relationship Management Internet bei Nestlé Nutrition, hinzu. „Deshalb ist es uns auch so wichtig, den Dialog mit der Zielgruppe zu halten und zu pflegen. Das Internet bietet wie kaum ein anderes Medium die Möglichkeit der Interaktion mit dem Verbraucher.“

In den nächsten Wochen und Monaten wird die Website um weitere Features erweitert. So sollen Besucher der Site künftig in einer Rubrik „Fotostudio“ ein eigenes Bild – zum Beispiel vom eigenen Nachwuchs – hochladen und als e-card an Freunde und Verwandte schicken können. Außerdem werden die Ergebnisse der „Testmütter-Kampagne“ und die ausführlichen Einschätzungen der Mütter zum Produkt ebenfalls auf der Website nachzulesen sein.

Etwa zeitgleich mit dem Start der Website beginnt eine Online-Banner-Kampagne. Für die Online-Mediaplanung ist Zed digital verantwortlich. Die klassischen Werbemittel (1/1 Anzeigen, TV-Spot) aus der Kreation von Publicis Frankfurt kommen zeitversetzt danach zum Einsatz. Die Mediaplanung obliegt Optimedia, Frankfurt. Außer Publicis Frankfurt gehören alle Agenturen zum VivaKi-Netzwerk Deutschland.

**Über TouchWorks:**

TouchWorks ist die Spezialagentur für digitale und vernetzte One-to-One Kommunikation im VivaKi-Netzwerk (ehemals Publicis Groupe Media). Für die mobile PUMA-Kampagne zur Fußball-Europameisterschaft erhielt TouchWorks den „Mobile Marketing Award“ 2008. Die Kampagne zur Bewerbung des Coty Prestige-Dufts „ckIN2U“ wurde mit dem „Mobile Marketing Award“ 2007 und dem Leader-Award 2008 ausgezeichnet.

**Über VivaKi:**

Im Juni 2008 wurde VivaKi von der Publicis Groupe als neue, globale strategische Unit ins Leben gerufen mit dem Ziel, die Wirkung von Kommunikationsinvestments für die Werbungtreibenden zu verbessern und gleichzeitig das Wachstum der Publicis Groupe vor dem Hintergrund schnell expandierender digitaler Märkte stärker anzukurbeln. VivaKi setzt weltweit auf die kombinierte Kraft der eigenständigen Agenturen Digitas, Starcom MediaVest Group und ZenithOptimedia und fungiert als größtes Entwicklungszentrum für neue Technologien, die für ein künftiges Wachstum der Werbungtreibenden unentbehrlich sind.

**Pressekontakt:**

Nicole Karepin  
Leiterin Kommunikation und Marketing  
VivaKi Deutschland  
Schirmerstraße 71  
40211 Düsseldorf  
Tel.: + 49 (0) 211/93 68-249  
[nicole.karepin@vivaki.de](mailto:nicole.karepin@vivaki.de)