



## PRESSEINFORMATION

### Kleines Fläschchen auf großer Mission

Yakult launcht neue Kommunikations-Kampagne im Herbst 2021

**Neuss, 08. September 2021 – Seit über 85 Jahren liegen dem Unternehmen Yakult das Wohlbefinden und die Gesundheit der Menschen am Herzen. Im Rahmen der neuen Kommunikations-Kampagne, die im September 2021 in Deutschland mit vielfältigen Maßnahmen auf verschiedenen Kanälen startet, möchte Yakult auf spielerische und kreative Weise inspirieren, sich mit Yakult, Spaß und einer guten Portion Humor, Schritt für Schritt etwas Gutes zu tun.**

#### **Von der Vision zur Mission**

Der Unternehmensgründer Dr. Minoru Shirota hatte die Vision, die Gesundheit aller Menschen auf der ganzen Welt zu verbessern. Dabei bilden sowohl körperliche Gesundheit als auch geistiges und soziales Wohlbefinden eine Einheit. Die Yakult Unternehmensphilosophie „Working on a healthy society“, durch vielseitiges Engagement eine Grundlage für eine gesündere Gesellschaft zu schaffen, basiert auf dieser Ansicht.

Die neue Kampagne „Kleines Fläschchen auf großer Mission“, die ab September 2021 in Deutschland gelauncht wird, soll zeigen, wie wichtig allgemeines Wohlbefinden für die Gesundheit ist und wie viel Spaß es machen kann, einen gesunden Lifestyle zu leben.

Die übergeordnete Storyline handelt von dem wohlschmeckenden Yakult-Fläschchen, das auf eine Mission geschickt wurde, um Wohlbefinden zu verbreiten und gesunde Verhaltensweisen in den Alltag einzubinden. Für die Japaner beginnt diese Reise im Darm als Zentrum des Wohlergehens und erstreckt sich über viele verschiedene Bereiche, die uns täglich begleiten. Wieso spielt der Darm so eine wichtige Rolle? Was kann man sonst noch im Alltag für sein Wohlbefinden tun? Welche Auswirkungen haben Sport und Ernährung dabei?

Und: Welche Rolle spielt Yakult dabei? Jedes einzelne Yakult Fläschchen enthält mindestens 20 Milliarden aktiver Milchsäurebakterien *L. casei* Shirota. Das Besondere an den Shirota Bakterien ist, dass sie lebend den Darm erreichen, da sie besonders widerstandsfähig gegenüber Magen- und Gallensäuren sind.

#### **Kampagnen-Launch in Deutschland**

Die neue Yakult-Kampagne startet im Herbst 2021 mit vielfältigen Maßnahmen auf unterschiedlichen Kanälen. Ein aufmerksamkeitsstarker und farbenfroher TV-Spot inszeniert das Kampagnen-Motto „Kleines Fläschchen auf großer Mission“ und wird ab September 2021 auf reichweitenstarken Sendern zu sehen sein. Zeitgleich wird die Bewerbung durch Radio-Spots begleitet. Auch online und in den einschlägigen sozialen Netzwerken werden verschiedene Aktionen umgesetzt, um einerseits die Kampagne bei den Zielgruppen bekannt zu machen und andererseits die Marke und die Produkte ins Gedächtnis zu rufen.

Um den Abverkauf am POS des Lebensmitteleinzelhandels zu unterstützen, kommen entsprechende Kampagnen-Materialien sowie eine große Gewinnspielaktion auf der Packung mit dem Titel „Mission Wohlbefinden“ zum Einsatz. Auffällige In-Pack-Leaflets geben einen umfassenden Überblick über das Gewinnspiel, das crossmedial beworben wird. Auf der gleichnamigen Gewinnspiel-Seite [www.missionwohlbefinden.com](http://www.missionwohlbefinden.com) werden für mehr Wohlbefinden in der Küche bis Ende März 2022 über 30 hochwertige Küchengeräte der Marke SMEG verlost.

Zudem erhält der Marken- und Unternehmens-Auftritt auf der Homepage ein umfassendes Facelift.



## Bildmaterial



**Bildunterschrift:** Spielerisch und kreativ: die neue Kommunikations-Kampagne von Yakult

**Dateiname:** Pressefoto\_Yakult\_Neue Kommunikations-Kampagne.jpg (1,6 MB)

**Quellenangabe Foto:** Yakult Deutschland GmbH

**Nutzung:** Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Marke, Produkten und Yakult Deutschland GmbH zu verwenden.



**Bildunterschrift:** Gewinnspielaktionen begleiten die neue Kommunikations-Kampagne von Yakult

**Dateiname:** Pressefoto\_Yakult\_Neue Kommunikations-Kampagne\_Gewinnspiel.jpg (1,1 MB)

**Quellenangabe Foto:** Yakult Deutschland GmbH

**Nutzung:** Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Marke, Produkten und Yakult Deutschland GmbH zu verwenden.

## Über Yakult

Der japanische Wissenschaftler Dr. Minoru Shirota forschte Anfang des letzten Jahrhunderts an der japanischen Universität Kyoto über die Wirkung der Darmbakterien auf die Gesundheit. Im Jahr 1930 gelang es ihm, ein Milchsäurebakterium mit einzigartigen Eigenschaften zu selektieren und zu kultivieren: *L. casei* Shirota. Das Besondere an diesen Shirota Bakterien ist, dass sie lebend den Darm erreichen, da sie besonders widerstandsfähig gegenüber Magen- und Gallensäuren sind. Dr. Minoru Shirota gründete sowohl das Unternehmen Yakult als auch ein eigenes Forschungsinstitut, das Yakult Central Institute in Tokio. Bis heute erforschen dort Wissenschaftler den Stamm *L. casei* Shirota und die Darmmikrobiota. Im Jahr 2005 wurde das erste europäische Yakult Forschungsinstitut im belgischen Gent eröffnet.

Weitere Informationen unter: [www.yakult.de](http://www.yakult.de).

---

Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:

kommunikation.pur GmbH, Christina Krumpoch, Sendlinger Straße 31, 80331 München, Tel. 089 23 23 63 46,

[krumpoch@kommunikationpur.com](mailto:krumpoch@kommunikationpur.com)

oder

Yakult Deutschland GmbH, Astrid Heißler, Forumstraße 2, 41468 Neuss, Tel. 02131 34 16 24, [pr@yakult.de](mailto:pr@yakult.de).

Sie finden uns auch auf [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).