Carl Nann

Hochland startet mit TV-Kampagne ins neue Jahr

Mit einer großen TV- und Onlinekampagne aus der Feder von Carl Nann startet die Käserei Hochland ins Jahr 2021. Der Spot der Agentur, die früher FCB Hamburg hieß, trägt den Titel "Geschwisterliebe".

Text: Markus Weber 5. Januar 2021



Foto: Carl Nann/Spot-Screenshot

Die Agentur Carl Nann, <u>die bis Sommer 2020 unter</u> <u>dem Namen FCB Hamburg bekannt war</u>, hatte den Hochland-Pitch im vergangenen Frühjahr

gewonnen. Die Hamburger haben die Marke Hochland seither einer genauen strategischen Analyse unterzogen. "Das war ein überaus intensiver Prozess und der neue Spot zeigt, dass wir zu einem guten Ergebnis gekommen sind", findet Jennifer Haak, die bei der Käserei aus Heimenkirch im Allgäu für die Markenführung verantwortlich ist. Gedreht wurde der 20-Sekünder von der Soup Filmproduktion (Berlin) unter der Regie von Timon Moderson. Er ist von dieser Woche an auf allen reichweitenstarken TV-Sendern zu sehen. Parallel dazu startet eine Digitalkampagne auf YouTube, die bis März laufen wird. Bei entsprechendem Erfolg soll es dann weitere Alltagsgeschichten von Lisa und ihrer Familie auf dem Hochlandhof geben. "Wir freuen uns sehr über die gute Zusammenarbeit, die trotz aller Corona-Hürden im vergangenen Jahr nun richtig Fahrt aufnimmt", sagt Julia Cornils, Client Service Director bei Carl Nann.