

PRESSEMITTEILUNG**Grünländer mit neuem Markenauftritt von CarlNann**

Auf dem „Schulweg mit der Grünen Seele“ rückt die Leadagentur von Grünländer die Käsemarke ins urbane Leben und überarbeitet dabei gründlich deren Image. Die erste große TV-Kampagne von CarlNann für Grünländer läuft bis Ende des Jahres auf reichweitenstarken TV-Sendern und den digitalen Medien.

Hamburg, den 04. Oktober 2021 Heute startet die erste Bewegtbild-Kampagne von CarlNann für die Käsemarke Grünländer. Protagonistin des aktuellen TVC „Der Schulweg mit der Grünen Seele“ ist ein kleines Mädchen, das auf dem Heimweg die grünen Momente im Alltag beobachtet, die uns auch das Leben in der Stadt beschert. „Damit machen wir die grüne Seele erlebbar“, erklärt Bernhard Labitzke. Als Creative Director der Hamburger Boutique-Agentur CarlNann war er maßgeblich für den neuen Markenauftritt von Grünländer verantwortlich. „Wo früher reine Natur auf endloser Wiese gezeigt wurde, findet die Marke heute dort statt, wo sich Zivilisation und Natur begegnen“, sagt Textchef Bernhard Labitzke. Und das ist selbst in einer Metropole wie Berlin der Fall, wo der TVC unter der Regie von Søren Schaller gedreht wurde.

Die Grundlage der neuen Imagekampagne lautet dabei schlicht: Verbunden durch die grüne Seele. „Denn diese grüne Seele ist es, die alle Menschen verbindet, die Wert auf ein gutes Miteinander von Mensch und Tier im Einklang mit der Natur legen“, sagt Markus Birzer. Als Head of Brand verantwortet er die Repositionierung der Marke Grünländer bei Hochland und fügt hinzu: „Im Spot zeigt Grünländer seine Wertschätzung für all die Menschen mit grüner Seele, die das ganz selbstverständlich in ihrem Alltag vorleben.“ Dabei rückt die Käserei aus Heimenkirch ihre Marke Grünländer ganz nah an die Lebenswelt der Konsumenten und ihrer Hauptzielgruppe, die als „Harmonizer“ im Alter von 30-59 Jahren identifiziert wurden.

Darüber hinaus wurde aber auch der Grünländer-Song neu getextet und komponiert, denn das Lied ist nicht nur ein zentrales

Markenelement, sondern zugleich das Voice-Over des TVC. „Von daher war es uns wichtig, die Marke auch musikalisch weiterzuentwickeln“, sagt CD Bernhard Labitzke.

Dass die „Grüne Seele“ mehr als ein griffiges Werbeversprechen von Hochland ist, war für Jonas Pieper bei der Repositionierung der Marke von zentraler Bedeutung. Mit seinem Team hat der Head of Strategy von CarlNann das Markenimage von Grünländer analysiert und von Grund auf modernisiert. „Hochland investiert massiv in unterschiedliche Bereiche, um die Marken nachhaltig aufzustellen“, sagt Chefstrategie Jonas Pieper.

Die neue Verpackung von Grünländer trägt das Gütesiegel „Made for Recycling“, das von Interseroh in Köln mit dem Augsburger bifa Umweltinstitut entwickelt wurde. Die Bewertungsmethode wurde vom Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung (IVV) in Dresden bestätigt. Grünländer erzielt mit 19 von 20 Punkten die Bewertung „sehr gut“.

CarlNann hatte das Mandat von Hochland für die Marke Grünländer im Frühjahr 2020 nach einem mehrstufigen Pitch gewonnen. Die neue Imagekampagne, die ab dem 4. Oktober auf den reichweitenstarken TV-Sendern starten wird, wird bis Ende des Jahres on Air sein. Flankiert wird der 20 Sekunden lange TV-Spot von einer Bewegtbild-Kampagne auf YouTube und einer komplett überarbeiteten Webseite. Auch hier unterstreichen die von CarlNann gestalteten Grafiken den organischen und umweltorientierten Charakter der Marke Grünländer mit der grünen Seele.

Download Bildmaterial und TVC:

<https://cloud.carlnann.com/index.php/s/3d3EcHqYT77FBJD?path=%2F>

Credits:

CarlNann:

Kreation: Bernhard Labitzke (Creative Director)

FFF: Natascha Teidler (Head of Production/TV)

Strategie: Jonas Pieper (Head of Planning), Victor Kisbye-Hansen
(Strategic Planner)

Beratung: Linda Catuna (Senior Account Manager), Julia Cornils
(Client Service Director)

Regie: Søren Schaller

Produktion: It's Us, Berlin

Kontakt:

CarlNann GmbH – Elke Jacob

T: 040 – 2881 – 1260

Mail: elke.jacob.ext@carlnann.com

CarlNann GmbH, Am Sandtorkai 50, 20457 Hamburg, Germany.

Amtsgericht Hamburg HRB 8379. Geschäftsführer: Michael Carl, Christoph Nann.

Über CarlNann:

Die Boutique-Agentur ging im Juni 2018 nach einem Management Buyout zunächst als FCB Hamburg in den vollen Besitz der beiden Geschäftsführer Christoph Nann und Michael Carl über. Im Juni 2020 vollzogen die beiden Inhaber die Umfirmierung in CarlNann. Die Agentur geht zurück auf das Centrale Annoncen Büro Wilkens, das 1876 von William Wilkens in Hamburg gegründet wurde und damit Deutschlands erste Werbeagentur war. Heute entstehen von Hamburg aus interdisziplinäre, internationale und nationale Kampagnen für Marken wie Hamburger Hochbahn, Hochland, Kölln, NIVEA, NIVEA Men, Schwartau, Südtirol, Yamaha, WW u.a.. Weitere Informationen unter: www.carlnann.com, [Facebook](#) und [Instagram](#).