

„Freunde, das ist Ketchup“

Doppelte Premiere bei CarlNann: Die Agentur für Markenführung bringt für ihren Kunden Hela nicht nur die erste Digitalkampagne als Lead-Agentur an den Start. „Freunde, das ist Ketchup“, ist zugleich die erste Inhouse-Produktion, die unter der Regie von Dennis Juschas, dem Head of Studio bei CarlNann, entstanden ist.

Hamburg, den XX. Mai 2023

Frisch gezapftes Ketchup am Tresen? Das gibt's nur bei Hela.

Wo Ketchup im Spiel ist, werden Krawatten gelockert, man bietet sich das Du an und schließt Freundschaften. Wenn dann auch noch alle sagen: „Freunde, das ist Ketchup“, muss Hela im Spiel sein. Es kann daher nur ein Film über Freundschaft sein, mit dem der Markenhersteller Hela für sein 2022 gelaunchtes Ketchup in den digitalen Medien und im Handel wirbt. „Garniert mit einem großen Klecks Selbstironie führt der Film durch die schönsten werblichen Klischeebilder zu diesem Thema. Von Ouzo, über Schokolade bis zum Bier,“ erklärt Patrik Hartmann als verantwortlicher Creative Director von CarlNann.

Umgesetzt wurde das Video zum ersten Mal von CarlNann selbst im agentureigenen Studio. Unter der Regie von Dennis Juschas entstand ein Film, der „Ketchup in einem ganz anderen Kontext zeigt, etwas absurd, aber raus aus der roten Einheitssauce“, sagt der Head of Studio der Boutique-Agentur. Bei der Produktion des Videos „Freunde, das ist Ketchup“, das es in einer Long- und einer Short-Version sowie drei kurzen Vignetten gibt, wurde das Studio von CarlNann von first dot pictures in Hamburg unterstützt.

Die Boutique-Agentur CarlNann ist seit März 2022 sowohl strategisch als auch konzeptionell die Leadagentur der Hela Gewürzwerke und bereut multimedial das gesamte Markenportfolio des norddeutschen Unternehmens. Die aktuelle Kampagne „Freunde, das ist Ketchup“, setzt aber nicht nur auf den Gemeinschaftssinn der Zielgruppe. „Sie ist auch ein Paradebeispiel dafür, wie gut wir uns gegenseitig immer wieder pushen“, sagt Sascha Strauer. Der Marketingleiter von Hela fügt hinzu: „Wir sind wirklich beeindruckt von der Kreativität und Professionalität, die das Studio von CarlNann in kürzester Zeit hier abgeliefert hat.“

Die Digitalkampagne wird ein Jahr lang auf Youtube, Instagram, Facebook und in den digitalen Newslettern des Hela-Onlineshops ausgespielt. Sie soll zum einen neue Käuferschichten für die vielen verschiedenen Ketchup-Sorten von Hela erschließen. Richtet sich aber auch an die echten Ketchup-Liebhaber, die offen für neue Produkte sind und auf Qualität setzen. Die wird bei Hela durch langjährige Kooperationen mit EU-

Bauern groß geschrieben, weshalb das Fachmagazin „Lebensmittel Praxis“ das Tomatenketchup als Produkt des Jahres 2023 ausgezeichnet hat.

Die Social Media-Schaltungen werden flankiert von innovativen Aktionen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) wie InApp-Rabattaktionen und Sonderdisplays sowie einem großen Studentensampling mit Campustüten zum Wintersemester 23 oder Touchpoint-Sampling bei Lieferservices und Camper- oder Vanvermietungen.

Credits:

Hela Gewürzwerk Hermann Laue:

Sascha Strauer, Marketingleiter

Regie:

Dennis Juschas

CarlNann:

Creative Department: Christoph Nann, Patrik Hartmann, Bernhard Labitzke

Producing: Natascha Teidler

Account: Saskia Merz, Natascha Athari

Produktion:

CarlNann Studio

Co-Produktion:

first dot pictures, Hamburg