



Bahlsen GmbH & Co. KG

Kerstin Deike
Manager Group Communication

T +49 (0)511 960 2627

Presse@bahlsen.com
www.thebahlsenfamily.com

Pressemitteilung
Montag, 10.08.2020

PiCK UP! CHOCO HAZELNUT: Kampagne für 550 Millionen

- Auftakt bilden TV-Spots und Online-Video
- Programmatic DOOH mit Hunderten von Motiven
- Bislang größte Kampagne von Bahlsen in diesem Jahr

The Bahlsen Family
Group Communication

Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland

Für die neue Sorte PiCK UP! CHOCO HAZELNUT startet Bahlsen jetzt in die heiße Phase seiner in 2020 größten Kampagne für den Riegel. Am Ende sollen damit über 550 Millionen Kontakte erzielt werden.

Seit April ist die neue Sorte PiCK UP! CHOCO HAZELNUT im Handel erhältlich. Jetzt zündet das Unternehmen Bahlsen die dritte Stufe seiner 360-Grad-Kampagne. Sie umfasst verschiedenste Kanäle und verbreitet über genau selektierte, zielgruppenaffine Touchpoints die Botschaft: PiCK UP! Hazelnut nusst Du probieren! Die kreative Leitidee basiert auf dem Hashtag #nussmanmögen.

Diese Awareness-Phase der Kampagne läuft von Mitte August bis in den November und verfolgt das Ziel, unter den Liebhabern von PiCK UP! und potenziellen Käufern eine möglichst hohe Reichweite aufzubauen. Basismedien sind TV, Out of Home sowie Online-Video. Sie werden flankiert durch Posts auf Social Media, Influencer Marketing, Shopping Cartboards, Edgar Cards, Promotions am PoS, Samplings und Produkttests. "Es ist die größte 360-Grad-Kampagne, die wir in diesem Jahr für die Marke PiCK UP! umsetzen werden", sagt Sabine Dillmann, Marketing Director DACH bei Bahlsen. "Über alle Medien hinweg werden wir in der heißen Kampagnenphase über 550 Millionen Bruttokontakte erzielen." Verantwortliche Kreativagentur ist M&C Saatchi, zuständige Mediaagenturen sind Mediaplus und Weischer.JvB.

Auftakt bildet ein TV-Spot, der ab 10. August auf Sendern wie ProSieben, RTL, Sat.1 oder ProSieben MAXX läuft. In ihm findet sich der Zuschauer in der bekannten gelben PiCK UP! Welt wieder und lernt Magnus kennen. Warum Magnus? Magnus mag Nuss! Begleitet wird der Bewegtbildauftritt von Online-Video auf den Plattformen von Studio71, der AdAlliance, SevenOne Media und YouTube sowie Bumper Ads auf YouTube. Ein großer Teil des Out-of-Home-Etats fließt auch in Programmatic Digital Out of Home, das vor allem durch die enorme Anzahl an verschiedenen Kreationen glänzt. Dabei entscheiden Bewegungsdaten

Seite 1 von 2

der verschiedenen Zielgruppencluster darüber, wie sich eine Kreation zusammensetzt und wann bzw. wo sie ausgespielt wird. Wie die Kreationen aussehen, hängt unter anderem davon ab, welcher Wochentag und welche Uhrzeit gerade ist, ob es regionale Aspekte zur Ansprache gibt und welche Topics für die Zielgruppe relevant sind. Die Motive setzen sich in Echtzeit zusammen (Dynamic Creation). Auch die Planung der klassischen 18/1-Flächen am PoS erfolgt über ein datenbasiertes Scoring-Modell.

Bereits in den beiden vorangegangenen Phasen der Kampagne für PiCK UP! CHOCO HAZELNUT bewies Bahlsen Innovationsgeist. Während der Teaser-Phase im März konnte man sich beispielsweise über Alexa von Amazon eine Probe von PiCK UP! CHOCO HAZELNUT schicken lassen. Später wurde sogar ein eigener Alexa-Skill kreiert. Wer Sätze sagt wie „Alexa, öffne PiCK UP! my mood“, erhält eine überraschende und freche Antwort wie zum Beispiel: „Nimm's knackig. Wenn ich mal einen schlechten Tag habe, schmolle ich und sage einfach zu jedem: Das habe ich leider nicht verstanden. Versuch es auch.“ Beworben wurde der unterhaltsame Skill in einem angesagten Podcast – spontan und ungescripted. „Innovativ zu sein, das liegt in der DNA von PiCK UP!“, sagt Sabine Dillmann. „Das führt dazu, dass wir immer wieder Kampagnen entwickeln können, die ungewöhnlich, mutig und einfach anders sind.“

Link zum TV-Spot:

<https://youtu.be/39jnGZlBW4U>

Link zu Motiven:

<https://bahlsen.sharefile.eu/d-s2d47877ec764477b>

Über PiCK UP!

PiCK UP! ist der knackigste Riegel im Markt und nimmt eine klare Haltung den Dingen gegenüber ein. Mit dem Claim „Nimm's knackig“ gibt PiCK UP! den Anstoß, Momente, die nicht rund laufen, positiv und gelassen zu sehen. PiCK UP! ist knackig, frech und nimmt die Dinge locker, leicht und mit Humor. PiCK UP! www.pickup.de