

PRESSEINFORMATION

Knackige TV-Werbung für Saltletts

Der Snackartikelhersteller Lorenz startet im Februar eine Kampagne mit drei neuen TV-Spots für sein Laugengebäckprodukt Saltletts Pausen-Cracker. Idee und Entwicklung stammen von PAHNKE Hamburg.

Neu-Isenburg. Lorenz kehrt mit seiner Laugengebäckmarke Saltletts nach vielen Jahren TV-Werbeabstinenz wieder auf die Fernsehbildschirme zurück. Drei Spotvariationen à 15 Sekunden bilden das Herzstück einer neuen Kampagne für die Saltletts PausenCracker, die ab Februar im linearen TV-Programm mit einer Reichweite von 330 Millionen Kontakten ausgestrahlt werden. „Wir kreieren einen kleinen, fast frechen Wohlfühl-Pausen-Moment in einer Arbeitssituation. Damit zeigen wir auf eine witzige und überraschende Art und Weise, in welchen Situationen man zum PausenCracker greifen kann“, sagt Andrea Spielmann, Marketingleiterin bei Lorenz zu der Spotkomposition. Zahlreiche weitere Ausspielformate, wie digitale TV-Sonderwerbformen, Online-Video und Online-Display ergänzen die Werbeoffensive der integrierten Kampagne um weitere Touchpoints und sorgen in der ersten Kommunikationswelle bis Mai 2021 für massive Abverkaufsunterstützung. Ein zweiter TV-Flight ist ab Spätsommer 2021 fest eingeplant. Premiere feiert in diesem Zusammenhang auch das neue Logo von Lorenz, das erstmals als zentraler Teil der neuen Corporate Identity im TV zum Einsatz kommt und ebenfalls von den Markenspezialisten der neu geschaffenen PAHNKE Group kreiert wurde.

PausenCracker in der Werbepause

„PausenCracker: Damit machst du alles zur Pause!“, lautet die klare und verlockende Botschaft der neuen Kampagnen-Spots, die beim Zuschauer mit einem filmischen Kniff zu Spotbeginn zunächst eine Illusion erzeugt. Startet der Einspieler mit einem oft gesehenen Freizeit- und Erholungsmotiv, etwa einer Frau auf einer Luftmatratze im Swimmingpool, entpuppt sich die Einstellung herausgezoomt als Alltagssituation während der Arbeit. Und die geht mit dem Saltletts PausenCracker einfach leichter von der Hand. „Wir schaffen eine Verbindung zwischen einer Arbeitssituation und einem Pausenmoment – eine typische Verzehrsituation des Produkts – und inszenieren diese mit

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snackworld.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de



PRESSEINFORMATION

einem Augenzwinkern, welches gut zu der allgemeinen neuen Lorenz Ausrichtung passt. Die Situation inspiriert und liefert auch direkt einen konkreten Anlass, zum Saltletts PausenCracker zu greifen. Dabei versprüht der Spot viel gute Laune und überrascht mit seiner Idee“, beschreibt Jan Rexhausen, Geschäftsführer Kreation der Hamburger Agentur die Kampagnenidee.

Über Saltletts PausenCracker:

Saltletts PausenCracker ist ein Laugensnack, der auch ernährungsbewusste Verbraucher überzeugt: Die knusprig gebackenen PausenCracker bestehen aus Vollkornmehl und haben auf der gelaugten Oberfläche Chia-, Lein- und Sesamsamen. Damit sind sie zugleich ballaststoffreich als auch geeignet für den kleinen Hunger. Die Saltletts PausenCracker sind sowohl in der 100g Portionspackung mit einem Wiederverschluss als auch im 40g Portionsbeutel erhältlich.

Link zu den TV-Spots:

[Saltletts Spot 1 – Wiese](#)

[Saltletts Spot 2 – Pool](#)

[Saltletts Spot 3 – Strand](#)

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snackworld.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de