



PRESSEINFORMATION

Ausgezeichnete Saltletts TV-Kampagne

Der Snackartikelhersteller Lorenz erhält für seine TV-Kampagne für den Saltletts PausenCracker den German Brand Award 2022. Der Absatz der PausenCracker hat sich im Kampagnenzeitraum vervierfacht.

Neu-Isenburg/Berlin. Juni 2022. Lorenz feiert die Rückkehr auf deutsche Fernsehbildschirme nach vielen Jahren der TV-Werbeabstinenz direkt mit einem Award. Die Markenkampagne des Jahres 2021 für das Produkt Saltletts PausenCracker wurde am 9. Juni 2022 von einer unabhängigen Jury besetzt mit interdisziplinären Expert*Innen aus Unternehmen, Wissenschaft, Beratung, Dienstleistung und Agenturen in Berlin mit dem German Brand Award ausgezeichnet. Die Saltletts PausenCracker Kommunikationskampagne wurde für "Excellence in Brand Strategy and Creation" in der Kategorie "Movies, Commercials & Virals" geehrt.

Durch die Kampagne stieg der Absatz des beworbenen Produkts Saltletts PausenCracker im Kampagnenzeitraum um 311 Prozent an. Auch die Markenbekanntheit profitierte von der TV-Präsenz und stieg von 76 auf 85 Prozent. Der German Brand Award ist ein etablierter Branchenpreis für Markenführung, der seit 2016 jährlich in mehr als 60 Kategorien vergeben wird. Herzstück der prämierten Kampagne für die Saltletts PausenCracker sind drei Spotvariationen à 15 Sekunden, die von Februar bis Mai 2021 im linearen TV-Programm mit einer Reichweite von über 720 Millionen Kontakten ausgestrahlt wurden. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, insbesondere weil wir nach langer TV-Abstinenz mit der Marke Saltletts das erste Mal wieder medial umfassend präsent waren. Unser Ziel, den Saltletts PausenCracker als modernen Daytime-Snack zu positionieren, der es immer und überall ermöglicht, selbstbestimmt Pause zu machen, ist voll aufgegangen. In den Spots zeigen wir auf eine witzige und überraschende Art und Weise, wie Pause mit dem PausenCracker geht“, sagt Andrea Spielmann, Marketingleiterin bei Lorenz zu der Spotkomposition. Zahlreiche weitere Ausspielformate, wie digitale TV-Sonderwerbformen, Online-Video und Online-Display ergänzten die Werbeoffensive der integrierten Kampagne um weitere Touchpoints und sorgten in dem Kampagnenzeitraum für massive Abverkaufsunterstützung. Auch über die Social Media Kanäle der Marke auf Instagram,

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

Pinterest und Facebook wurde die Kampagne konsequent verlängert und mit Mehrwert-stiftenden Inhalten angereichert.

Idee und Entwicklung der ausgezeichneten TV-Kampagne stammen von Pahnke Group Hamburg.

Messbare Erfolge der PausenCracker Kommunikationskampagne

Die integrierte Kampagne hat mit der Botschaft "PausenCracker: Damit machst Du alles zur Pause!" bereits nach einem Flight Top-Ergebnisse erzielt: Die Awareness für den PausenCracker stieg von 18 Prozent vor der Kampagne auf 61 Prozent nach der Kampagne, das bedeutet einen Anstieg um 240 Prozent. Die Markenbekanntheit von Saltletts erreichte mit 85 Prozent (versus 76 Prozent vor der Kampagne) einen neuen Höchstwert. Durch den PausenCracker wuchs auch die Wahrnehmung der gesamten Marke Saltletts als idealer Snackbegleiter im Tagesverzehr um 8 Prozentpunkte. Bei den zentralen Erfolgskennzahlen Absatz, Rotation und Ausbau der Käuferreichweite feierte die Kampagne durchschlagende Erfolge: Im Kampagnenzeitraum haben sich die Abverkäufe des PausenCrackers vervierfacht, die Rotation nahezu verdreifacht. Somit konnten mehr als 1 Million neue Käufer*innen für den PausenCracker gewonnen werden, davon überproportional viele junge Konsument*innen.

Über German Brand Award:

Der Preis für erfolgreiche Markenführung ist initiiert von der Design- und Markeninstanz Deutschlands, juriert von einem hochkarätigen Expertengremium aus Markenwirtschaft und Markenwissenschaft: Der German Brand Award ist die Auszeichnung für erfolgreiche Markenführung in Deutschland. Er entdeckt, präsentiert und prämiert einzigartige Marken und Markenmacher – und bringt nicht nur die Gewinnerinnen und Gewinner voran, sondern auch ihre jeweiligen Branchen. Der German Brand Award 2022 ist in zwei Disziplinen unterteilt: „Excellent Brands“ prämiert die besten Produkt- und Unternehmensmarken einer Branche. „Excellence in Brand Strategy and Creation“ zeichnet die stärksten Kampagnen, Konzepte und Strategien einzelner Fachdisziplinen aus. Zusätzlich werden Ehrenpreise für besondere Marken Leistungen verliehen.

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

Über Saltletts PausenCracker:

Saltletts PausenCracker ist ein Laugensnack, der auch ernährungsbewusste Verbraucher*innen 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 zwischendurch. 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