



Pressemitteilung

Montag, den 21. August 2017

PiCK UP! startet globale Werbekampagne

- Internationaler TV-Spot: Premiere in Deutschland und Österreich
- Kampagne ab 2018 auch in UK und dem Nahen Osten
- Digitalkampagne greift Elemente des Spots auf

PiCK UP! vereinheitlicht seinen Markenauftritt und ist künftig mit einer globalen Werbekampagne zu sehen. Den Auftakt macht ein TV-Spot, der ab August zunächst in Deutschland und Österreich zu sehen ist. Hintergrund der Strategie ist es, das internationale Wachstum der Marke PiCK UP! weiter zu stärken.

Ein junger Mann, vollbepackt mit Einkaufstüten, tritt aus dem Aufzug einer Shopping Mall und blickt auf das Parkdeck. Es ist spät geworden und er ist vom Tag erschöpft und genervt. Daher gönnt er sich eine kurze Verschnaufpause und beißt erst einmal herzhaft in einen knackigen PiCK UP! Keksriegel...

So beginnt der erste internationale TV-Spot für PiCK UP!, der in Deutschland und Österreich auf reichweitenstarken Sendern zu sehen ist. Der Spot ist gleichzeitig Vorbote einer veränderten Kommunikationsstrategie: Denn künftig wird der Markenauftritt für den beliebten Keksriegel international einheitlich erfolgen. Hintergrund der Maßnahmen ist das Ziel der Bahlsen Group, das internationale Wachstum der Marke PiCK UP! zu forcieren.

Die von der Agentur Kolle Rebbe entwickelte Kampagne erfüllt aus diesem Grund unterschiedliche Anforderungen. Während im Kernmarkt Deutschland der Riegel PiCK UP! seinen gewohnten und damit frechen Ursprung bewahren soll, muss der Spot in neuen Märkten wie Saudi-Arabien für Aufmerksamkeit sorgen und Bekanntheit aufbauen. Die Kreativen entschieden sich deshalb, in ihrer Kommunikationsstrategie auf Insights zu setzen, die global relevant sind. Thematisiert wird der allgemein verbreitete Wunsch, die kleinen Alltags-Stress-Situationen nicht ganz so schwer zu nehmen und mit viel Spaß das Beste draus zu machen. Die Botschaft: PiCK UP! hilft einem in solchen Momenten. „Das heißt nicht, dass uns PiCK UP! zu Superhelden macht, aber seine Knackigkeit verschafft uns den nötigen Perspektivenwechsel - statt ernst und gestresst kann man ruhig mal jugendlich frech an die Sache rangehen“, sagt Sonja van Daelen, Senior Brand Manager PiCK UP!, Bahlsen D-A-CH. „Das kann

Bahlsen

Unternehmenskommunikation

T +49 (0)511 960 2627
F +49 (0)511 960 2442
Presse@bahlsen.com
www.bahlsengroup.com

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland



gerne auch etwas unkonventioneller sein. Schließlich geht es nicht darum, was andere von uns halten, sondern darum, mehr Spaß im Alltag zu haben.“

Der Spot wird in Deutschland und Österreich ab dem 21. August ausgestrahlt. Gestützt wird die TV-Kampagne durch Video on Demand, sowie Onlinekommunikation auf Facebook und der Website von PiCK UP! Dabei werden Elemente des Spots in Bildern und Videos aufgegriffen. Ab dem nächsten Jahr wird die Kommunikation in Form von Themenwelten ebenfalls auf den POS ausgeweitet.

Über PiCK UP!

PiCK UP! ist der etwas andere Riegel und steht daher auch für „Anders macht mehr Spaß“. Überall ist alles zart und die Schokolade zergeht schon auf dem Weg in den Mund. Nicht so bei PiCK UP!, dieser coole Riegel ist knackig, frech und anders - und das auf der ganzen Linie.
www.pickup.de