

21. August 2025

The Bahlsen Family

Marthe Wolter
Head of Communications

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover

presse@bahlsen.com
www.thebahlsenfamily.com

Bahlsen startet neue Kampagne: “Einen Keks lang nur ich”

Hannover. Mit einer neuen, nahbaren Kampagne unter dem Titel “*Einen Keks lang nur ich*” macht Bahlsen seine neue Markenpositionierung erlebbar und rückt die **Produktinnovation Bahlsen Hazelnut Cream & Choc** in den Mittelpunkt. Dabei setzt das Unternehmen auf emotionale Nähe, Leichtigkeit und alltägliche Relevanz. Die Kampagne transportiert die neue Markenpositionierung: Bahlsen steht für den kleinen Keks-Moment im Alltag, einen kurzen Augenblick nur für mich.

Herzstück der Kampagne ist ein TV-Spot, der drei Menschen in unterschiedlichen Alltagsmomenten begleitet: bei einer kurzen Kaffeepause in der Küche, einem Augenblick des Durchatmens während der Arbeit und dem entspannten Ausklang des Tages auf dem Balkon.

Alle drei sind verbunden durch das bewusste Genießen eines Bahlsen-Kekses. Im Mittelpunkt steht dabei das innovative neue Bahlsen-Produkt **Hazelnut Cream & Choc**, ein knuspriger Keks mit leckerer Haselnuss-Creme und zartschmelzender Schokolade – perfekt für kleine Pausen mit großem Geschmack.

Der Spot lädt ein, innezuhalten und den Augenblick ganz bewusst zu genießen – so lange, wie es dauert, einen Keks zu essen: “Hauptsache du nimmst dir diesen kleinen Moment, wenn dir danach ist.” Mit dieser Botschaft richtet sich Bahlsen gezielt an vielbeschäftigte Erwachsene, die sich einen bewussten Moment der Auszeit gönnen möchten.

„Mit unserer neuen Kampagne machen wir Bahlsen nahbarer für eine jüngere Zielgruppe und integrieren die Marke emotional in ihren Alltag. Unsere Produkte, allen voran der neue Bahlsen Hazelnut Cream & Choc, stehen für Genuss und Geschmack und finden mitten im Leben unserer Konsumenten statt. Das wollen wir zeigen.“, so Bahlsen Group Marketing Director Alexandra Megid.

Die Kampagne startet am 24. August 2025 deutschlandweit mit einem Roadblock auf allen reichweitenstarken TV-Sendern und wird durch eine starke digitale Präsenz flankiert: von Streamingdiensten wie Amazon Prime Video, Netflix und YouTube bis hin zu den Social

Media-Plattformen Instagram und Facebook. Out of Home-Flächen und Retail Media Maßnahmen runden die Kampagne ab. Insgesamt werden mehr als 450 Millionen Kontakte angestrebt. Kreativkonzept und Umsetzung stammen von der Agentur Grabarz & Partner, Regie führte die mehrfach ausgezeichnete britische Filmemacherin Lucy Luscombe. Die Produktion verantwortet Wolffpack Vision aus Berlin. Media übernimmt die Agentur Havas Media aus Frankfurt.

Mit "Einen Keks lang nur ich" lädt Bahlsen zu einem kleinen Moment der Entschleunigung ein – ehrlich, menschlich und mitten aus dem Leben. Denn manchmal reicht ein Keks, um kurz bei sich selbst anzukommen.

Über Bahlsen

Bahlsen ist ein deutsches Familienunternehmen in der vierten Generation. Seit über 130 Jahren stellen wir unterschiedliches Gebäck her, zum Beispiel Kekse und Kuchen. In diesem Bereich sind wir in Deutschland Marktführer. In Europa gehören wir zu den führenden Herstellern. Wir produzieren unser Gebäck an vier Standorten in Europa und exportieren es in über 80 Länder der Welt. Unser Hauptstandort ist Hannover. Und das von Beginn an. Seit 1889.