

TV-Kampagne für Deutschlands Nummer 1: HOMANN geht mit seinem frisch verfeinerten Pellkartoffelsalat on air

- » 7- und 12-Sekünder ab 28. Juli im deutschen Privatfernsehen
- » HOMANN setzt auf Kartoffeln aus Deutschland
- » Erster TV-Spot seit legendärer Werbung mit Barbara Schöneberger
- » Weitere Neuprodukte bereits in Planung

(Osnabrück, Juli 2022) Den Unterschied schmeckt man! Mit einer großen TV-Kampagne startet die Traditionsmarke HOMANN nun weiter durch und setzt ab 28. Juli ihr „Hero-Produkt“ – den frisch verfeinerten Pellkartoffelsalat – mit einem knackigen Spot in Szene. In dem 7- bzw. 12-Sekünder feiert HOMANN das hierzulande meistverkaufte Markenprodukt seiner Art und zeigt, warum man für den besten Kartoffelsalat die besten Kartoffeln braucht – natürlich aus Deutschland. Manja Behrens, Marketing Managerin von HOMANN: „Der Pellkartoffelsalat ist mit Abstand unser beliebtestes Produkt und wird von Millionen Deutschen mittlerweile seit Jahrzehnten geschätzt. Jetzt haben wir den ‚Evergreen‘ auf Grundlage zahlreicher Konsument*innen-Tests nochmals verfeinert, setzen dabei natürlich auf beste Kartoffeln aus Deutschland und sind stolz darauf, dass er ab sofort im neuen Verpackungsdesign des überarbeiteten Markenauftritts im Kühlregal steht.“



[Hier geht's zum 7 Sekunden TV-Spot.](#)

[Hier geht's zum 12 Sekunden TV-Spot.](#)



[Download Bildmaterial](#)



Der frisch verfeinerte Pellkartoffel-salat von HOMANN



Mit den besten Kartoffeln – natürlich aus Deutschland.

Presseinformation

Der Spot ist ab Ende dieser Woche bei allen großen privaten TV-Sendern zu sehen, in der RTL-Gruppe ebenso wie bei ProSiebenSat.1 – zunächst bis Mitte August. Im Fokus des Films steht die Hauptzutat – feinste Kartoffeln – und deren Ernte. Die Zuschauer*innen sollen spüren, mit welcher Sorgfalt das Naturprodukt ausgewählt wird, um dann zu Deutschlands Nummer 1, verfeinert mit Ei und Gurke, zu werden. Mit dem Werbefilm kehrt die Traditionsmarke, die seit Ende 2021 Teil von Signature Foods ist, auch erstmals seit Jahren auf die TV-Bildschirme zurück. Damals hatte TV-Star Barbara Schöneberger unter anderem auch für den Pellkartoffelsalat geworben.

Der neue Spot steht dabei auch sinnbildlich für das neue Zeitalter der Marke: zusätzliche, neue Produkte zur klassischen Salat-Range, wie die erst kürzlich eingeführten Brotaufstriche, sowie neues Verpackungsdesign, das die Zutaten der Produkte in Szene setzt und das klassische HOMANN Blau betont. Gleich geblieben ist aber das Markenversprechen, für das HOMANN seit Jahrzehnten steht: herzhaft, bodenständig, ehrlich und immer besonders. Entwickelt wurde der Spot unter der Leitung von HOMANN/Signature Foods in Zusammenarbeit mit dem Regisseur Patrick de Zeeuw und dem Produzenten Huub Lensvelt aus den Niederlanden.

Weitere Informationen zu Homann finden Sie auch im Internet unter www.homann.de.



Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Maïke Veith

E-Mail: m.veith@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-18

Svenja Karolczak

E-Mail: s.karolczak@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-16



DEUTSCHER PRESSESTERN