



PRESSEINFORMATION

Zurück zu neuer Stärke

Fisherman's Friend holt sich für neue Digital-Kampagne Rapper Marteria ins Boot



Garantiert kein Seemannsgarn: Im April 2022 startet Fisherman's Friend eine großangelegte Digital-Kampagne, in der nicht nur die Zusammenarbeit mit dem Deutschrapper Marteria, sondern auch der neue Claim kommuniziert wird. Mit „Sind sie zu stark?“ knüpft die weltweit bekannte Süßwarenmarke an die kultige Vergangenheit an und schafft einen Wiedererkennungswert, ohne sich zu wiederholen. Wie das gelingt, erklärt Dirk Hohnberg, Marketing Director Fisherman's Friend: „Wir bauen auf unsere ursprünglichen Werte und unseren alten Slogan ‚Sind sie zu stark, bist du zu schwach‘ auf, um die Marke von innen heraus zu stärken und uns auf unsere DNA zu besinnen. Die Herausforderung liegt jedoch darin, diesen Markenkern in unsere heutige Gesellschaft zu transferieren. Genau dazu kam Rapper Marteria an Bord, der maßgeblich an der Konzeption der neuen Kampagne beteiligt war. Als waschechter Hanseat und

Kontakt:

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 5
40221 Düsseldorf

www.fishermansfriend.de

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public Relations mbH
Benjamin Kolthoff
Völkersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 8537600
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de



leidenschaftlicher Angler ist er das ideale Testimonial für Marke und Produkt im kommenden Werbespot.“ Dieser wird digital, über Social Media und Addressable TV ausgespielt und mehr als 100 Millionen Kontakte erreichen.

Düsseldorf, 04. April 2022. Mit dem neuen alten Claim „Sind sie zu stark?“ rückt Fisherman's Friend seine originäre Brand Essence wieder in den Mittelpunkt. Die Süßwarenmarke besinnt sich im Frühjahr 2022 auf die eigene Stärke. Die hohe Bekanntheit des früheren Werbe-Slogans „Sind sie zu stark, bist du zu schwach“ nutzt die Marke heute, um in den Dialog mit den Kunden zu treten und Raum für eigene Interpretationen zu lassen.

„Der neue Claim ruft Erinnerungen an die Vergangenheit wach, positioniert Fisherman's Friend aber zugleich auf der Höhe der Zeit“, sagt Dirk Hohnberg, Marketing Director Fisherman's Friend. „Noch vor zehn Jahren hatte das Wort ‚Stärke‘ eine ganz andere Wirkung – auch in der Werbung. Stärke war eine Tugend, doch in einer pluralistischen Gesellschaft wird dieser Wert mehr und mehr hinterfragt. Jeder und jede Einzelne bestimmt heute für sich selbst, was Stärke bedeutet.“ Auch mit der reichweitenstarken Digital-Kampagne zum Launch des neuen Claims werden Käufer:innen direkt angesprochen und dazu animiert, Stärke für sich selbst zu definieren.

Prominente Unterstützung kommt dabei von Marten Laciny, besser bekannt als Marteria. Dabei erklärte der Deutschraper vor einigen Jahren in einem Interview, keine Werbung machen zu wollen – mit einer Ausnahme: Fisherman's Friend. „Als gebürtiger Hanseat, Angler und Fan der Marke ist Marteria für uns der ideale Werbeträger, der unsere ikonischen Werte authentisch verkörpert“, lobt Hohnberg die Zusammenarbeit. Und mehr noch: Das initiale Konzept des Werbespots der neuen Kampagne stammt aus der Feder des Musikers selbst. „Während wir uns intensiv mit der Positionierung unserer Brand und der neuen Kampagne auseinandersetzten, trat Marteria, gemeinsam mit seinem vertrauten Art Director und Regisseur Jakob Grunert, mit einem fertigen Storyboard an uns heran – und es war kein Pitch mehr notwendig. Das Beste lag bereits auf dem Tisch“, so Hohnberg weiter

Kontakt:

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 5
40221 Düsseldorf

www.fishermansfriend.de

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public Relations mbH
Benjamin Kolthoff
Völckersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 8537600
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de



über die Kooperation. „Dass der Künstler direkt das Ruder übernimmt, das Konzept liefert und eine Kampagne ohne Kreativagentur entsteht, ist nahezu einzigartig in der Markenwelt.“

Ab April 2022 läuft der Werbespot mit Marteria über sämtliche digitale Kanäle, im Addressable TV sowie über Social Media. Fisherman's Friend erwartet eine Gesamtreichweite von weit über 100 Millionen Kontakten und einen intensiven Austausch mit Konsument:innen.

Den Spot finden Sie hier: <https://youtu.be/pcHK8V5JMUE>
Weitere Informationen unter www.fishermansfriend.de

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

Das ist Fisherman's Friend

Fisherman's Friend ist eine der bekanntesten Süßwarenmarken in Deutschland. Weltweit wird das Produkt in mehr als 100 Länder exportiert. Dabei ist Deutschland der größte Absatzmarkt für die Marke Fisherman's Friend, die auch die größte importierte britische Einzelmarke im Lebensmittelbereich ist.

Über CFP Brands

Die CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co KG ist ein Joint Venture der internationalen Süßwarenkonzerne Ricola (Schweiz), Perfetti van Melle (Italien/ Niederlande) und Fisherman's Friend (Großbritannien). Als Marketing- und Vertriebsgesellschaft vertreibt CFP einige Top-Marken der Süßwaren-Branche auf dem deutschen Markt, dazu zählen Ricola, Fisherman's Friend, Mentos, Chupa Chups, Smint und Center Shock. CFP Brands mit Sitz in Düsseldorf beschäftigt mehr als 130 Mitarbeiter.

Kontakt:

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 5
40221 Düsseldorf

www.fishermansfriend.de

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public Relations mbH
Benjamin Kolthoff
Völkersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 8537600
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de