



© Kelly's (2)

Good vibes

Im neuen TV-Spot, bestehend aus unterschiedlichen humorvollen Szenen, wird veranschaulicht, wie das Öffnen einer Kelly's-Packung „Knistern ins Leben bringt“.

Kelly's bringt mehr Knistern ins Leben

Mit einer neuen Werbekampagne, einem Design-Relaunch und neuen Sorten startet Kelly's ins neue Jahr.

WIEN. Ende Jänner 2021 startete Kelly's eine neue Kampagne, welche die Österreicher das ganze Jahr mit starkem Fokus auf Bewegtbild, sowohl im TV als auch digital, begleiten wird. „Mit unserer neuen Kelly's-Kampagne haben wir eine moderne, zeitgemäße, schwungvolle Art der Werbung entwickelt, die natürlich zu unserem Slogan ‚Kelly's bringt Knistern ins Leben‘, passt“, erklärt Markus Marek, Managing Director von Kelly. „Kelly's ist immer dort, wo Menschen zusammenkommen, um gemeinsam eine gute Zeit zu haben. Seit Jahrzehnten schaffen es unsere Produkte, noch mehr Knistern in diese Momente zu bringen, was wir mit unserer Kampagne unterstreichen“, so Marek.

Marken-DNA einfangen

Im neuen TV-Spot wird veranschaulicht, wie das Öffnen einer Kelly's-Packung „Knistern ins Leben bringt“ – plötzlich be-

ginnen der Kartoffelbauer am Acker, die Mädls auf der Donauinsel oder der Yogalehrer im Yogastudio zu tanzen.

„Mit unserem neuen TV-Spot ist es uns gelungen, unsere Kelly's-Marken-DNA, nämlich Spaß und Knistern ins Leben unserer Konsumenten zu bringen, audiovisuell einzufangen. Außerdem sorgt die Kombination aus verschiedensten Snackmomenten und dem extrem dynamischen Song für ein starkes Branding und hohe Aufmerksamkeit im Werbeblock. Durch den Dreh unterschiedlicher Szenen ist es uns auch möglich, die USPs der verschiedenen Produkt-Ranges optimal für die Zielgruppe in Szene zu setzen“, ist Petra Trimel, Marketing Director Kelly, vom neuen TV-Spot begeistert.

Für die neue Kampagne entwickelt Kelly in Zusammenarbeit mit der Agentur Wirz, Film&Co, MG-Sound Studios und Alaman-de Belford einen eigenen Kelly's-

Song und den Kelly's Shuffle-Dance.

„Wir starten mit einer besonders aufmerksamkeitsstarken Kelly's-Kampagne in das Jahr 2021 – der Kelly's Shuffle ist die perfekte ‚Gute Laune-Therapie‘ zum Mitmachen“, fasst Marek zusammen.

Zum Start der neuen Kampagne finden sich in den Regalen der heimischen Lebensmittelhändler auch die ersten Packungen in einem neuen, überarbeiteten Look wieder. Die Designagentur Mark&Mark gestaltete einen dynamischen Design-Relaunch: Das Kelly's-Logo als auch neu inszenierte Produktabbildungen sorgen für einen frischen Appetite Appeal im Snackregal.

Neue Sorten im Regal

Außerdem bietet Kelly seit Kurzem drei neue Chips-Produkte an: Kelly's Chips Bacon BBQ, Kelly's Sunland Farm Chips Salz&Butter und Kelly's 4in1 Chips. Auch die neuen Kartoffelchips-Sorten werden aus 100% österreichischen Erdäpfeln im Werk Wien hergestellt. (red)



Testimonial Herbert Prohaska übergibt die Staffel an die neue TV-Kampagne.