

HAWESTA-Ideen sind unsere Spezialität

Marketing-Kampagne mit neuem Claim, großer TV-Offensive, Website-Relaunch und überarbeitetem Packaging

Unter dem Dach des neuen Marken-Claims „Ideen sind unsere Spezialität“ startet HAWESTA ab September eine groß angelegte Marketingkampagne mit zwei brandneuen TVSpots. Sie sind in Zusammenarbeit mit der Kreativ-Agentur weigertpirouzwolf entstanden und wecken unter dem Motto „Der Immer-eine-gute-Idee-Fisch“ die neue Alltags-Lust auf Hering, Thunfisch und Co. Die Ausstrahlung der Spots erfolgt auf zahlreichen Sendern und bringt frischen Wind in die Werbepausen von reichweitenstarken TV-Formaten wie „Die Höhle der Löwen“ (VOX), „Genial daneben“ (Sat.1) und „Wer wird Millionär“ (RTL). Allein in der ersten Woche werden die Spots über 120 Mal im Fernsehen zu sehen sein. Insgesamt erreicht die 4-wöchige Kampagne rund 100 Millionen Kontakte. Im TV zu sehen sind die Spots im September ab KW 36/2018 und natürlich auch auf der neuen Markenwebsite, die sich pünktlich zur TV-Kampagne ebenfalls in neuem Design und mit neuem Content zeigt.

HAWESTA-Marketing Direktorin Katrin Jenner über die neue Kampagne:

„Die TV-Kampagne ist Teil unserer neuen Positionierung, die mit einem überarbeiteten Packaging und unserem neuen Claim „Ideen sind unsere Spezialität“ Hand in Hand geht. Die Marke HAWESTA steht für Qualität und Fischvielfalt, die inspiriert. Unser Ziel ist es, unsere Fischspezialitäten in neuem Kontext zu inszenieren, denn Fisch aus der Dose kann weit mehr als viele wissen. Er ist in den verschiedensten Lebenslagen die leckere Lösung für alle, die der schnelle Hunger überkommt oder die in der Küche einfache und zugleich raffinierte Rezepte abseits der Norm ausprobieren möchten. Wer auf der Suche nach Ideen ist, wird in der Rezeptwelt unserer neuen Website fündig. Kreationen von „Mediterranen Thunfisch-Tartelettes“ über „Pasta Toskana mit Hering“ bis hin zu „Gebackenen Süßkartoffeln mit Heringsfilets in Pfeffer-Creme“ überraschen sicher auch gestandene Hering- und Thunfischfans. Da ist garantiert für jeden etwas dabei.“

Fisch-Vergnügen online

Zeitgleich zur Ausstrahlung der Spots geht auch die neue HAWESTA Website online. Dort finden Konsumenten Inspiration rund um das Thema „Fisch“ – von köstlichen Rezeptideen über eine Vielzahl an neuen und bewährten Produktspezialitäten bis hin zum spannenden Tracking-Tool, mithilfe dessen die Herkunft jeder HAWESTA-Fischkonserve rückverfolgt werden kann.

Frische Fisch-Ideen für Jedermann

Ganz gleich, ob Feierfreudige, Familienmensch, Silver Surfer mit Lebenserfahrung oder dauerhungriger 2-Meter-Kerl – die Marke HAWESTA hat für jeden Fisch-Liebhaber in jeder Situation das richtige Produkt. Das ist die Kernaussage der beiden innovativen Spots, die auf humorvolle und augenzwinkernde Weise das HAWESTA Sortiment bewerben. Jeder Spot schließt mit der Frage „Schon den Thunfisch probiert?“, denn die Marke erobert seit Sommer 2017 erstmals auch mit einem umfassenden Thunfisch-Angebot den Markt.

- **Story Spot 1: Der Partygirl-und-Familien-Fisch**
Ob nach durchtanzter Nacht oder direkt aus dem Mexiko-Urlaub kommend, das junge Partygirl und die von der Reise erschöpften Eltern kommen mit Heißhunger nach Hause. Da kommen die fertigen HAWESTA Thunfischsalate in den Sorten „India“ und „Mexiko“ gerade recht!

- **Story Spot 2: Der Bärenhunger-und-Liebe-Fisch**

Die HAWESTA Bratheringe stillen selbst Heißhungerattacken von gestandenen Männern mit Bärenhunger, wie der Protagonist – Hipster, um die 30 Jahre – unschwer erkennen lässt. Und in der zweiten Szene beweist ein Ehepaar in den besten Jahren, dass Liebe auch bei ihnen durch den Magen geht. Sie streicht ihm am Abendbrotstisch liebevoll das wirre Haar glatt und dann teilen sie sich ihren Lieblingsfisch. Was passt da besser als der Klassiker „Zarte Heringsfilets in Tomaten-Creme“?

Hier geht es zu den Werbespots:

<http://hawesta.de/news-aktionen/neue-hawesta-tv-spots-begeistern-fischfans/>

Verantwortlich:

Kunde: HAWESTA-Feinkost Hans Westphal GmbH & Co. KG / Katrin Jenner

Kreation: weigertpirouzwolf /Jean Baptiste Bonzel

Media: Carat Deutschland GmbH /Katja da Silva Correia

Auswahl Bildmaterial

Bildnachweis HAWESTA; weitere Motive vgl. [Downloadlink](#)

Hawesta - Ideen sind unsere Spezialität!

Bei Hawesta steht Fisch aus der Dose für Abwechslung, Qualität und Geschmack. Bereits 1909 legten Hans und Maria Westphal den Grundstein für die erfolgreiche Unternehmensgeschichte von Hawesta und bis heute kreiert das Unternehmen mit rund 225 Mitarbeitern an den Standorten Lübeck und Sassnitz immer neue Spezialitäten rund um die Hauptzutaten Thunfisch, Hering, Makrele und Muscheln. Auch Nachhaltigkeit wird bei Hawesta großgeschrieben. Deshalb werden für die Herstellung der Hawesta-Produkte ausschließlich Fische und Meeresfrüchte aus MSC-zertifizierter Fischerei verwendet. Inspirierende Rezeptideen und mehr auf www.hawesta.de

Hawesta Pressekontakt c/o UMPR GmbH

Josefin Bültemann und Inga Brunswich

Mittelweg 111a, 20149 Hamburg

Tel: (040) 480637-0, E-Mail: hawesta@umpr.de