



PRESSEMITTEILUNG

Online-Supermarkt flaschenpost startet neue Markenkampagne 2024: „Mehr drin als du glaubst.“

- Start am 30. September 2024 im TV, Funk, Online und Out-of-Home
- Markenpositionierung als stressfreie Einkaufsalternative zum stationären Supermarkt
- Regie Lars Timmermann, produziert von StereoFilms, München

Münster, 30.09.2024. Der Online-Supermarkt flaschenpost startet mit einer neuen Markenkampagne in den Herbst. „In flaschenpost steckt mehr drin als du glaubst“ soll Kund:innen auf humorvolle Weise den Mehrwert des flaschenpost-Services näherbringen und zahlt gleichzeitig auf die strategische Ausrichtung des Unternehmens als Online-Supermarkt ein.

Während der Spot als Herzstück der Kampagne in verschiedenen Formaten im TV und auf Meta, Instagram, Amazon Prime und Youtube zu sehen sein wird, komplettieren Out-of-Home, kürzere Online-Videos, Radiospots und eigens entwickelte Service-Filme die Kampagne.

Die Kampagne positioniert die flaschenpost als Alternative zum stationären Supermarkt, orientiert am Markenclaim „flaschenpost. Bringt dir mehr.“ Der Spot beschreibt eine Gartenszene, ein Grillen gemeinsam mit Freunden, Kindern und viel Trubel. Der Protagonist wird gefragt, wie er es schafft, trotz seines stressigen Alltags immer so entspannt zu sein. Seine Antwort lautet „Na, flaschenpost.“ Das umfassende Angebot und die schnelle, unkomplizierte Lieferung des Bringdienstes werden symbolisiert durch eine Flasche, die wie ein Knallbonbon alle Produkte, die für eine Grillparty nötig sind, inklusive der Getränke prompt auf den Grill und auf den Tisch bringt. Die Message „Da steckt mehr drin als du glaubst“ wird mit der OOH-Kampagne, Online und im Radio verlängert.

Die Storyline rückt den Mehrwert der Online-Bestellung in den Fokus und greift alle Vorteile des flaschenpost-Services auf: Das breite Sortiment an Lebensmitteln und Getränken im Onlineshop, die schnelle Lieferung innerhalb von 120 Minuten bis nach Hause und den Zeitgewinn für weniger Stress im Alltag.

Gedreht wurde der Spot unter der Regie von Lars Timmermann, der bereits mit Kampagnen wie „Like a Bosch“ Zeichen gesetzt hat. Entwickelt und umgesetzt wurde das Konzept von der flaschenpost, produziert von StereoFilms, München.

Verantwortlich für die Kampagne/Realisierung:

Christopher Menke (Director Customer & Growth, flaschenpost)
Lena Ladiges (Head of Marketing, flaschenpost)

Michael Roeder (Creative Director, flaschenpost)
Manuel Lozano (Team Lead Design, flaschenpost)
Jana Rietkötter (Team Lead Strategic Marketing, flaschenpost)
Laura Wolf (Senior Strategic Marketing Manager, flaschenpost)
Lars Timmermann (Regie)
Stereo Films, München (Produktion & Postproduction)
Jacqueline Bornholz (Production Lead, Stereo Films)
Dean-Martin Niemöller (Head of Postproduction, Stereo Films)
Studio Funk, Düsseldorf (Vertonung & SFX)

Über die flaschenpost

Die flaschenpost ist einer der führenden Online-Supermärkte Deutschlands. Das in Münster ansässige und 2016 gegründete Unternehmen liefert Getränke und den gesamten Wocheneinkauf innerhalb von 120 Minuten bis zur Wohnungstür oder ins Büro. In mehr als 200 Städten in nahezu allen Metropolregionen Deutschlands profitieren Kund:innen von der Logistik- und Technologieexpertise der flaschenpost. Seit 2020 ist die flaschenpost Teil der Oetker-Gruppe.

Weitere Informationen unter www.flaschenpost.de/unternehmen

Pressekontakt

flaschenpost SE
Sabine Angelkorte
Tel.: 0251 29 799 1399
E-Mail: presse@flaschenpost.de

Link zum Spot (20s)

[flaschenpost TV Spot Herbst 2024 - YouTube](#)

Bildmaterial

Quelle:
flaschenpost SE

