

Presseinformation

Branded Content Format „The Hangry Talks“ mit Cro, Nura und Bausa „Du bist nicht du, wenn du hungrig bist“ – Sag’s mit der SNICKERS Sonderedition

Unterhaching, 14. Mai 2019 – Eine neue SNICKERS Limited Edition von Mars Wrigley Confectionery ist seit KW 16 im Handel, wie immer nur für kurze Zeit. Anstelle des bekannten SNICKERS Schriftzugs finden sich auf der Verpackung aller Aktions-Riegel Gemütszustände wie „bockig“, „erschöpft“ oder „verwirrt“. Parallel veröffentlicht der Süßwarenhersteller gemeinsam mit VICE+ und Mediacom für SNICKERS ein neues Branded Content Format und taucht in die deutsche Rap-Szene ein. Cro, Bausa und Nura erzählen in der Videoreihe „The Hangry Talks“ von typischen Hungermomenten und ihrer großen Leidenschaft für Musik. Cros Antrieb: Seinem Hunger und seiner Leidenschaft nachzugehen, bis man satt ist. Und sich dann wieder auf die neue Suche begeben, was einen hungrig macht. Der Rapper hat sich zu Beginn seiner Karriere das Musik machen selbst beigebracht und sich so mit eigenem Style etabliert. Auch Nura und Bausa gehen im Deutschrap ihren eigenen Weg. Die Rapperin kämpft für Gleichberechtigung und Bausa möchte das Gefühl auskosten, in den größten Hallen zu spielen.

Starke Media-Power

Die Episoden der „The Hangry Talks“ sind ab sofort auf dem [YouTube-Channel](#) von SNICKERS abrufbar und werden über Native, Social und Media auf VICE aktiviert. Die Kampagne wird auch auf den Kanälen der Künstler geteilt und läuft bis zum 7. Juni.

„Du bist nicht du, wenn du hungrig bist“ - Mit der neuen SNICKERS Limited Edition können Konsumenten sich belohnen und gleichzeitig ihre Stimmung vor dem Genuss ausdrücken. Davon profitiert auch der Handel, denn individualisierte Aktions-Produkte steigern die Kundenbindung und den Abverkauf¹. Zusätzlich unterstützend ist eine Multibuy-Mechanik, mit der Shopper Schlüsselanhänger als Zugabe-Prämie erhalten können.

Pressekontakt

Mars GmbH

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Manuela Proske

T: +49 (0)89 66 510 205

E: presse-confectionery@mars.de

Sophie Lebecque, Category Business Unit Director, Mars Wrigley Confectionery, sagt: „Wir knüpfen mit ‚The Hangry Talks‘ an das Motto ‚Du bist nicht Du, wenn du hungrig bist‘ an. Zum Start unserer Sonderedition, bei der wir den SNICKERS Schriftzug auf unseren Produkten durch typische Gemütszustände austauschen, spielen wir die global erfolgreiche Kampagne im aktuell relevantesten Musikgenre Deutschlands. Mit VICE+ haben wir dafür den richtigen Partner gefunden. Wir freuen uns, dass die Story mit Cro, Bausa und Nura nun auch im deutschen Rap und auf den digitalen SNICKERS-Kanälen ihre Fortsetzung findet.“

„Mit der Branded Content Kampagne gelingt es uns den Künstlern ungewöhnlich nahe zu kommen und SNICKERS mit Deutschrapp zu verknüpfen“, so Barbara Dabrowska, Director Brand Solutions VICE+. „Wir freuen uns über die Offenheit von Cro, Bausa und Nura und danken für ihre unterhaltsamen, ungefilterten Geschichten. Wir ermöglichen SNICKERS mit ‚The Hangry Talks‘ über unsere Kanäle hinweg Zugang zur musik-begeisterten Zielgruppe.“

Die Limited Edition umfasst folgende Verbrauchseinheiten:

SNICKERS 6Pack	300 Gramm
SNICKERS Minis	275 Gramm
SNICKERS Sticks 10Pack	215 Gramm
SNICKERS Ice Cream 6Pack	288 Gramm

Quellen:

1) IFHkoeln 2017, DRweb 2017.

Pressekontakt

Mars GmbH

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Manuela Proske

T: +49 (0)89 66 510 205

E: presse-confectionery@mars.de



© Mars Wrigley Confectionery

Sag's mit SNICKERS: Auf der neuen Sonderedition wird der bekannte SNICKERS Schriftzug durch typische Hungermomente ersetzt.



© VICE+/ Janina Wagner

Die Rapper Bausa, Nura und Cro (v.l.n.r.) erzählen im Vertical Video-Format „The Hangry Talks“ von typischen Gemütszuständen und ihrer Motivation Musik zu machen.

Pressekontakt

Mars GmbH

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Manuela Proske

T: +49 (0)89 66 510 205

E: presse-confectionery@mars.de

Mars Wrigley Confectionery ist ein in mehr als 80 Ländern weltweit tätiger Hersteller von Schokolade, Kaugummi, Pfefferminzbonbons sowie fruchtiger Zuckerware und gehört zum amerikanischen Familienunternehmen Mars, Incorporated. Zu den bekanntesten Marken von Mars Wrigley Confectionery gehören unter anderem M&M'S®, SNICKERS®, TWIX®, MARS® und CELEBRATIONS® sowie WRIGLEY'S EXTRA®, ORBIT®, AIRWAVES®, 5GUM® und SKITTLES®, die Konsumenten auf der ganzen Welt Spaß und Freude bereiten.

2017 erzielte Mars in Deutschland einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro. An seinen fünf Betriebsstandorten beschäftigt das Unternehmen in den Geschäftsbereichen Mars Wrigley Confectionery, Mars Petcare, Royal Canin und Mars Food aktuell etwa 2.200 Mitarbeiter aus rund 50 Nationen. Viele seiner Qualitätsmarken stellt Mars auch in Deutschland her. Als mitarbeiterorientiertes Unternehmen belegt Mars seit Jahren einen Spitzenplatz bei „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ und ist ein „Top Arbeitgeber“. Weitere Informationen sind erhältlich auf www.mars.de. Folgen Sie uns auf: twitter.com/MarsDeutschland, facebook.com/mars, youtube.com/mars.

VICE ist eine Medienmarke für junge Menschen im deutschsprachigen Raum mit Offices in Berlin, Düsseldorf, Wien und Zürich. Mit preisgekröntem Content erreicht VICE in der Region mehr als sieben Millionen Menschen quer über alle Plattformen, Kanäle und Formate. Zu VICE DACH gehören die redaktionellen Brands VICE.com, Broadly, Motherboard, Munchies, Noisey sowie ein eigener Snapchat-Discover Kanal. VICE führt ebenso den Fernsehsender VICELAND, das VICE Digital Network, die VICE Brand Solutions, die Produktionsfirma PULSE und VIRTUE, die globale Fullservice-Kreativagentur von VICE.

MediaCom ist Deutschlands führende Mediaagentur und unterstützt Marken, profitables Wachstum durch Media zu erzielen. Dabei brechen wir Silos auf und leben „Systems Thinking“: Mit unserem einzigartigen Ansatz, Daten, Technologie und Kreativität zu vernetzen, entwickeln wir für unsere mehr als 300 Kunden und deren 850 Marken ganzheitliche Kommunikationsstrategien, die maximale Umsätze generieren.

Als Teil von WPP, der weltweit größten Werbeholding, und Tochteragentur der GroupM, der Media-Investment Management Gruppe von WPP, haben wir Zugang zu den reichhaltigsten Datensätzen und stärksten Benchmarks unserer Branche. Mit ihnen können wir stets die besten Wege für jede Marke identifizieren und das Potenzial bestmöglich ausschöpfen.

Pressekontakt

Mars GmbH

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Manuela Proske

T: +49 (0)89 66 510 205
E: presse-confectionery@mars.de

MARS WRIGLEY

Confectionery

Unser Erfolg stützt sich auf unsere langjährige Überzeugung, dass wir durch Investitionen in unsere Mitarbeiter bestmögliche Ergebnisse erzielen – nicht nur für unsere Teams, sondern auch für unsere Kunden. Unter dem Motto ‚People First, Better Results‘ investieren wir in die Karrieren und Fähigkeiten unserer Mitarbeiter – und damit auch in den Erfolg unserer Kunden.

Mit diesem Ansatz haben wir es 2018 geschafft, als erstes Netzwerk mit allen sechs großen Titeln als „Media Network of the Year“ gleichzeitig ausgezeichnet zu werden: „Adweek“, „Campaign“, „Cannes Lions“, „Festival of Media Global“, „M&M Global“ und „WARC Media 100“. Auch in 2019 konnte MediaCom die Spitzenposition im „WARC Media 100“ erfolgreich verteidigen.

Mit einem Billing-Volumen von 13,5 Milliarden US-Dollar (Quelle: COMvergence, März 2019) gehört MediaCom zu den weltweit führenden Spezialisten für Mediakommunikation. Mehr als 930 Mitarbeiter arbeiten in Deutschland an den Standorten Düsseldorf, Berlin, Frankfurt, Hamburg und München. Weltweit beschäftigt die Agentur rund 8.000 Mitarbeiter in 125 Büros in 100 Ländern. Zum Kundenstamm gehören u. a. adidas, Coca-Cola, NBC Universal, Katjes, Opel, IKEA und Sony.

Mehr Infos unter www.mediacom.com/de.

Pressekontakt

Mars GmbH

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Manuela Proske

T: +49 (0)89 66 510 205

E: presse-confectionery@mars.de