

PRESSEINFORMATION

Beim Snacken hört der Spaß auf

„Crunchips Burrito Style“ – die neueste Limited Edition von Crunchips – entführt in die bunte und würzige Geschmackswelt Mexikos: Unique im Geschmack, so dass man die Packung am liebsten gleich allein wegsnacken möchte. Und wenn der letzte Chip auf dem Spiel steht, schrecken die Protagonisten in der neuen digitalen Video-Ad-Kampagne auch vor drastischen Mitteln nicht zurück.

Neu-Isenburg, April 2024. Der Snack-Spezialist Lorenz setzt bei seiner neuen 27. Limited Edition „Crunchips Burrito Style“ auf einen außergewöhnlichen Geschmack, den es so in Chips-Form noch nicht gegeben hat und der für einen Moment in eine ganz andere kulinarische Welt entführt. Leidenschaft und Herzblut kommen in Mexiko garantiert nie zu kurz. Ein Spirit, der sich in seiner grandiosen Skurrilität wunderbar in deutsche Wohnzimmer transportieren lässt. So inszeniert Lorenz in seiner neuen Digitalkampagne für die aktuelle Limited Edition zwei WG-Bewohner*innen, die auf der gemeinsamen Couch beim Zocken gleichzeitig in die Burrito-Tüte von Crunchips greifen und sich um den letzten verbliebenen Chip batteln. Beide schauen sich an – es folgt eine Kampfansage: In Windeseile verwandeln sich die beiden in ihre mexikanischen Wrestler-Alter Egos „Los Crunchos“. Stillecht in hautengen, knallbunten Kostümen und mit effektvollen Masken geht es in einem wilden Fight um den letzten Chip. In Anlehnung an authentische Wrestling-Moves wird sich gegenseitig umklammert, ohne sich dabei allzu ernst zu nehmen.

Entwickelt von der Leipziger Agentur Pitch This GmbH, sorgt Havas Media Germany für die zielgruppengerechte Ausspielung der digitalen Kampagne in drei unterschiedlichen Themenvariationen und Asset-Formaten auf YouTube, Meta und TikTok mit einer Gesamtreichweite von 45 Millionen Kontakten im Produktlaunchzeitraum April bis Mai 2024.

Limited Edition-Konzept von Crunchips setzt Impulse im Snack-Segment

Neben den vielfältigen Geschmacksrichtungen des Crunchips Standardsortiments können sich Snackliebhaber*innen auf regelmäßig erscheinende Sondereditionen freuen. Das Konzept der Limited Edition erfreut sich besonders bei jüngeren Verbraucher*innen großer Beliebtheit

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snacks.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de



PRESSEINFORMATION

und bringt frischen Wind in das gesamte Snack-Segment. Die neueste Ergänzung, die Limited Edition "Crunchips Burrito Style", bietet nun ein völlig neues Geschmackserlebnis in der Welt der Kartoffelchips.

Das Neuprodukt wird neben der digitalen Kommunikationskampagne auf den zielgruppenrelevanten Social-Media-Kanälen im LEH durch aufmerksamkeitsstarke POS-Materialien wie Topschild und Palettenecke unterstützt.

Hier geht es direkt zum Mainclip der Kampagne:

<https://www.youtube.com/watch?v=qP1LaOO8xms>

Über Lorenz:

Lorenz ist ein unabhängiges Familienunternehmen, das mit rund 3.000 Mitarbeiter*innen zu den führenden Anbietern im europäischen Snackmarkt gehört. Das Sortiment umfasst unter anderem Kartoffelchips, Erdnussflips, Salzstangen, Cracker sowie Nüsse. Bekannte Marken wie z.B. Crunchips, ErdnußLocken, Saltlets und NicNac's begeistern die Konsument*innen ebenso wie Innovationen, z.B. Lorenz Kichererbsenchips. Als Familienunternehmen denkt Lorenz Snack-World seit jeher langfristig und übernimmt Verantwortung für die hohe Qualität seiner Produkte sowie für seine nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung.

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snacks.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de