

Homann Oh mann! HOMANN inszeniert seine Salate mit musikalischer Neuinterpretation seines Kultslogans

- » Signifikante Investition in Kommunikation
- » 360-Grad-Offensive läuft ab KW 13
- » Hommage an legendären Mahna-Mahna-Song sorgt für Ohrwurmpotenzial



Homann oh mann: Mit der neuen Kampagne wird HOMANN musikalisch Leben eingehaucht.

(Osnabrück, März 2025) Homann Oh mann! Für eine aufmerksamkeitsstarke Kommunikationsoffensive hat die deutsche Traditionsmarke HOMANN jetzt ihren Kultslogan zurückgeholt und mit Ohrwurmgarantie neu interpretiert. Im Mittelpunkt der Kampagne steht der Homann Oh mann-Slogan, der musikalisch auf dem legendären Mahna-Mahna-Song der Muppet-Show aufsetzt und im fröhlichen Swing die Alltagstauglichkeit der HOMANN Salate in Szene setzt. Manja Behrens, Marketing Managerin von HOMANN: „Mit unserer neuen Kampagne wollen wir der Marke musikalisch Leben einhauchen, sie emotionalisieren und auf witzige und charmante Art zeigen, warum unsere Salate so gut in den Alltag passen und auf keinem Tisch fehlen dürfen.“ Live geht die 360-Grad-Kampagne, die mit dem Kampagnen-Hashtag #LieberHomann abgerundet wird, ab KW 13 in den sozialen Netzwerken, mit Onlinevideo-Ads für OLV, ATV, YouTube sowie mit Audiowerbung.



[Download Bildmaterial](#)



Ohrwurmgarantie: HOMANN holt Kultslogan zurück.



Auftakt in KW 13 mit dem Kommunikationsschwerpunkt „Auf's Brot“



Homann Oh mann: Genuss, Qualität und Lebensfreude

Presseinformation

Kartoffelsalat, Nudelsalat, Fleischsalat, zum Abendessen, beim Barbecue oder an Weihnachten – HOMANN hat diverse Spots produziert, um die ganze Vielfalt der Salatewelt zu präsentieren und damit ganzjährig und reichweitenstark on air zu sein. Im Fokus stehen alle Generationen, von Kindern mit Eltern bis hin zu Freundinnen, die in farbenfroher Kulisse abwechselnd den neuen Homann Oh mann-Song singen, um zu zeigen, dass HOMANN ganz vielen alltäglichen Genussmomenten Vibes und das gewisse Etwas einhaucht.

Reichweitenstarker Mediamix

Mit dem Kommunikationsschwerpunkt „Auf's Brot“, zu dem der Klassiker Fleischsalat gehört, wird in KW 13 der Auftakt gemacht. Passend zur Grillsaison geht es dann weiter: Dann wird der Fokus auf die Kartoffel- und Nudelsalate als Highlights im Sommer verlegt. Allein im 1. Halbjahr kommt die Kampagne auf 150 Mio. Bruttokontakte. Die fröhlichen Spots mit einem starken auditiven Fokus werden auf allen zielgruppenrelevanten Kanälen ausgestrahlt, um den Homann Oh mann-Claim auf Dauer in den Köpfen der Konsumenten zu verankern. Umrahmt wird die Kampagne von weiteren reichweitenstarken PR-Maßnahmen.

Markenwahrnehmung schärfen

Die Idee für die Kampagne stammt von Jan-Willem Smits. Umgesetzt und produziert wurde sie von Huub Lensvelt (Produktion) und Arthur Mebius (Regisseur), die für Signature Foods in den Niederlanden bereits diverse sehr erfolgreiche Kampagnen realisiert haben. Für die Mediaschaltung verantwortlich ist die Agenturgruppe pilot aus Hamburg. Manja Behrens: „Mit der Kampagne wollen wir unsere Bekanntheit stärken, unsere Kernzielgruppen erreichen, aber auch neue Kundengruppen erschließen. Nach einem erfolgreichen Jahr 2024 setzen wir HOMANN nunmehr auch medial wieder in Szene, was unseren Handelspartnern Rückenwind geben wird.“

Genuss, Qualität und Lebensfreude

HOMANN gehört zu den erfolgreichsten und bekanntesten Marken Deutschlands, ist Marktführer bei Kartoffel- und Nudelsalaten und hat in vielerlei Hinsicht den Feinkostmarkt geprägt. So war das Unternehmen 1956 beispielsweise der erste Hersteller in Deutschland, der die industrielle Produktion von Fleischsalat – einer der beliebtesten Feinkostsalate überhaupt – aufgenommen hat. Für dieses Zusammenspiel von Tradition und Innovation steht HOMANN von jeher, mit Produkten, die sich immer durch das gewisse Extra auszeichnen. Eben #LieberHomann.

Den ersten Spot können Sie [hier](#) sehen.

Weitere Informationen sind auch im Internet abrufbar, unter www.homannohmann.de/.



Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Kristin Hampf

E-Mail: k.hampf@dps-news.de
Tel.: +49 611 39539-17

Svenja Karolczak

E-Mail: s.karolczak@dps-news.de
Tel.: +49 611 39539-16



DEUTSCHER PRESSESTERN