

Teil 2 der „Homann Oh mann“-Kampagne: Signature Foods zündet für HOMANN ein multimediales BBQ-Feuerwerk und startet auch mit In-Store-Werbung durch

- » Neue Werbestrecke im Juni und Juli
- » Push für die BBQ-Saison mit Ohrwurmgarantie
- » Rückenwind für den Handel am POS



Homann Oh mann: Teil 2 der aufmerksamkeitsstarken Kommunikationsoffensive startet in KW 23.

(Osnabrück, Mai 2025) „Homann Oh mann“ geht ab KW 23 in die nächste Runde: Passend zur anstehenden Grillsaison liegt der Fokus vom zweiten Teil der aktuellen HOMANN-Werbekampagne auf den Kartoffel- und Nudelsalaten als Highlight im Sommer. Für die aufmerksamkeitsstarke Kommunikationsoffensive hat die deutsche Traditionsmarke ihren Kultslogan „Homann Oh mann“ zurückgeholt – in einer musikalischen Neuinterpretation des bekannten Mahna-Mahna-Songs aus der Muppet-Show. Gestartet war die Kampagne in KW 13 mit dem Schwerpunkt „Auf's Brot“, zu dem der Klassiker Fleischsalat gehört. „Mit dem Auftakt unserer Kommunikationsoffensive sind wir sehr zufrieden – unser Claim verankert sich peu à peu in den Köpfen der Verbraucher und sorgt für Gesprächsstoff. Jetzt freuen wir uns, mit Teil 2 im Sommer weiter Gas zu geben und ein multimediales BBQ-Feuerwerk zu zünden“, sagt Manja Behrens, Marketing Managerin von HOMANN: „Wir sind überall dort präsent, wo unsere Zielgruppe ist: TV on demand, online, im Onlineradio, auf Social Media und ab sofort auch im Laden. So unterstützen wir den Handel direkt vor Ort, um in der ohnehin für uns starken Grillsaison die Nachfrage am Feinkostregal noch mal zu erhöhen.“

mehr >>



[Download Bildmaterial](#)



„Homann Oh mann“ geht ab KW 23 in die nächste Runde.



Neue Werbestrecke im Juni und Juli in farbenfroher Kulisse



Mediale Präsenz: Wertvoller Rückenwind für den Handel

Presseinformation

HOMANN und Grillsaison – das passt einfach. Nicht umsonst verzeichnen die Kartoffel- und Nudelsalate des Lebensmittelherstellers während dieser Zeit eine besonders hohe Nachfrage. Alle lieben leckere Feinkostsalate zum Grillen und greifen gern zu den bewährten Klassikern – denn der Konsument weiß bei HOMANN, was er kulinarisch erwarten kann. Dass die Salate beim BBQ nicht nur Statisten sind, sondern oftmals auch die Rolle des Hauptdarstellers übernehmen, das unterstreicht der neue Spot der „Homann Oh mann“-Kampagne. Im Fokus steht eine gut gelaunte Familie, die in farbenfroher Kulisse abwechselnd den neuen „Homann Oh mann“-Song singt und dabei den Pellkartoffelsalat genießt. „Der Spot zeigt, dass HOMANN dem Grillvergnügen das gewisse Etwas verleiht und für fröhliche Genussmomente sorgt. Nicht umsonst sind wir Marktführer bei Kartoffel- und Nudelsalaten“, so Behrens weiter.

Audiobranding – ein Slogan, der im Ohr bleibt

Homann Oh mann – das geht ins Ohr und bleibt hängen. Mit der neuen Kampagne sollen nicht nur die Markenbekanntheit gestärkt und die Kernzielgruppe erreicht, sondern zudem auch neue Kundengruppen erschlossen werden. Ganz nach dem Motto #LieberHOMANN. „Die Marke HOMANN steht für Qualität, Tradition und Vertrauen und das unterstreichen wir mit unserer Kampagne, die kein ‚One-Hit-Wonder‘ ist. Wir werden den Claim kontinuierlich aufbauen und aufladen“, so Manja Behrens. Und auch für den Handel ist die mediale Präsenz wertvoller Rückenwind. Denn die Spots laufen direkt im Supermarkt, genau da, wo die Kaufentscheidung der Konsumenten fällt. Das sorgt für erhöhte Nachfrage – denn wenn es draußen nach Grillen duftet, wollen alle nur eins: „Homann Oh mann“-Genuss auf dem Teller.

Den Spot zur BBQ-Saison können Sie [hier](#) sehen.

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

Übrigens: Die HOMANN-Salate sind nicht nur als Snack ein echter Genuss, sie lassen sich auch wunderbar kombinieren. Tolle Rezeptvorschläge finden Sie unter www.homann-salate.de/rezepte.



Weitere Informationen

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

Kristin Hampl

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

Svenja Karolczak

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



DEUTSCHER PRESSESTERN