

Extra scharf: Löwensenf und OneTwoSocial bauen Zusammenarbeit weiter aus

OneTwoSocial konzipiert und kreiert eine Kampagne mit zwei Spots rund um die Retro Edition des Löwensenf Extra anlässlich seines 100-jährigen Jubiläums.

München, 30. November 2020. [OneTwoSocial](#), Agentur für digitale Markenkommunikation, gibt den Social-Media-Kanälen der Traditionsmarke Löwensenf künftig eine extra Portion Schärfe mit. Ziel der bisher projekbasierten Zusammenarbeit ist die Awareness-Steigerung der Marke Löwensenf, sowie die Traffic-Generierung über die Social-Media-Kanäle des Senfexperten. Der Umfang der Betreuung inkludiert die Konzepterstellung, die Produktion in Form von Bewegtbild und Grafik-Design, die Redaktion für Ad Copies (Textbeschreibungen der Ads) sowie die Aussteuerung der Inhalte.

Bereits im Sommer startete die Zusammenarbeit der Social-Media-Spezialisten und des Traditionsunternehmens mit der Produktion einer Awareness-Kampagne für den ROARING Gin von Löwensenf. Mit einer Kampagne zum 100-jährigen Jubiläum der Löwensenf-Ikone „Löwensenf Extra“ und der limitierten Retro Edition, geht die Zusammenarbeit nun in die zweite Runde. „Unser Löwensenf Extra ist ein absoluter Klassiker, der im Markt überzeugt“, sagt **Carina Wanner, Leiterin Marketing national der Develey Senf & Feinkost GmbH**. „Für die Retro-Jubiläums-Edition wollten wir daher etwas ganz Besonderes umsetzen und das ist mit der humorvollen Online-Kampagne mit Herz definitiv gelungen.“

Die hauseigene Produktionsunit OneTwoProduction von OneTwoSocial konzipierte und produzierte die aktuelle Kampagne zur Retro Edition des Löwensenf Extra scharf. Diese soll auf humorvolle und kreative Weise deutlich machen, dass die ältere Generation – gerade wenn es um das Thema Kochen geht – oftmals die Nase vorn hat. Und hier kommt auch der Star der Kampagne ins Spiel: der Löwensenf Extra scharf in der Retro Edition, der jedem Gericht das gewisse Etwas verleiht. Wer also möchte, dass sein Essen genau so gut wie bei Oma schmeckt, der sollte auf ihre Geheimwaffe zurückgreifen: Löwensenf Extra scharf – Denn Oma weiß, was gut ist. Der Fokus der Kampagne liegt klar auf der Ansprache einer jüngeren Zielgruppe (25 bis 39 Jahre), die das Aushängeschild der Senfmarke vielleicht noch nicht so gut kennt.



Erzählt wird dieses Zusammenspiel aus Kochen und Löwensenf anhand Omas erster großer und wahrer Liebe, die, wie nach einer überraschenden Wendung und einem kleinen Augenzwinkern aufgelöst wird, der Löwensenf Extra scharf ist, der Omas Herz einfach schon immer höher schlagen lässt. Und genau so, soll der Extra scharf auch die Herzen der jungen Generation höher schlagen lassen.

Weitere Infos zum 100-jährigen Jubiläum des Löwensenf Extra und der in Zusammenarbeit mit OneTwoSocial entstandenen Kampagne finden Sie hier:

<https://www.loewensenf.de/de/loewenstarke-senfe/Loewensenf-Jubilaeum>

Über Löwensenf Senfklassiker und Grillsaucen für jeden Geschmack

Nicht nur die bekannteste Senfmarken Deutschlands, sondern auch eine der beliebtesten: Löwensenf, der in der Rheinmetropole beheimatete Senfspezialist, steht seit über 100 Jahren wie kaum eine andere Marke für Tradition, Qualität, Innovationskraft und Senfkompetenz. Seit 2014 erweitern hochwertige Grillsaucen in nunmehr fünf Sorten das Löwensenf Sortiment. Im Löwensenf Senfladen, mitten in der Düsseldorfer Altstadt gelegen, sind darüber hinaus zahlreiche Senfspezialitäten erhältlich. Abgerundet wird das Portfolio über Limited Editions wie jüngst den Extra black – den wohl ersten pechschwarzen Senf mit Extra-Kick.

Weiterführende Informationen unter: www.loewensenf.de

Über OneTwoSocial

Als Agentur für digitale Markenkommunikation legt OneTwoSocial die Schwerpunkte auf die Bereiche Social Media sowie Video- und Bild-Content im Social-Media-Kontext. Damit Brands bei ihrer Zielgruppe „top of mind“ werden, bietet das knapp 50-köpfige Team von OneTwoSocial alles: von der Strategie-Erstellung über die Content-Produktion für Highclass-Fotos und -Videos, Social Media Advertising, Influencer Marketing bis hin zur 360-Grad-Betreuung aller Social-Media-Kanäle.

OneTwoSocial wurde 2011 von Helge Ruff und Markus Dickhardt in München gegründet und schafft für Marken wie Hama, Deuter, KFC Deutschland, Kaufland oder Staedtler Kampagnen, die für „entertaining dialogue“ sorgen. Zudem wurde die Agentur mit zahlreichen Awards ausgezeichnet, u.a. dem „Annual Multimedia Award 2019“, dem „Eyes & Ears Award“ sowie dem „Great Place to Work Award“ in drei Kategorien.

Weitere Informationen unter: www.onetwosocial.de