



## **KFC will auch 2014 mit TV weiter wachsen**

### **Erfolgreicher Start ins Jahr mit neuer emotionaler TV-Werbung**

**Düsseldorf, den 07.01.2014.** Nach dem erfolgreichen TV-Start in 2013 tritt die amerikanische Kultmarke KFC 2014 noch aufmerksamkeitsstärker und emotionaler auf. Am 7. Januar – etwa ein Jahr nach dem TV-Debüt – wird der erste Spot der neuen TV-Kampagne erstmals ausgestrahlt und unterstützt die deutschlandweite Wachstumsstrategie der Marke.

Mit der aktuellen emotionalen und aufmerksamkeitsstarken Kampagne soll die Marktposition im Bereich der Systemgastronomie weiter ausgebaut werden. KFC konnte bereits mit der TV-Premiere 2013 die spontane Markenbekanntheit deutlich steigern, das Markenprofil schärfen und den Umsatz im zweistelligen Bereich erhöhen. „Wir wollen auch 2014 überdurchschnittlich zum Fast Food Markt wachsen und so weitere Marktanteile erobern“, erklärt Marketing Direktor Michael Th. Werner.

Dass wahre Freundschaft keine Grenzen kennt, zeigt der neue TV-Spot von KFC, der sich vor allem an junge Erwachsene richtet. Mit viel Humor wird dargestellt, was ein ungleiches Freundespaar – ein junger Mann und sein außerirdischer Kumpel – verbindet. Zu guter Letzt ist das die gemeinsame Vorliebe für KFC und die neuen „KFC Hot Filet Bites“. „Denn das Leben ist schöner, wenn man es mit anderen teilt“, stellt auch die Stimme aus dem Off im Spot fest.

#### **Für Fans von Scharfem: Die neuen und einzigartigen KFC Hot Filet Bites**

Der neue Fernsehspot, der ab 7. Januar auf allen reichweitenstarken Sendern zu sehen sein wird, präsentiert die brandneuen und am Markt einzigartigen „KFC Hot Filet Bites“ aus 100 Prozent feinstem Hähnchenfilet, scharf mariniert und vor Ort von Hand paniert. Für alle Fans der „KFC Filet Bites“, die es auch scharf mögen, sind sie ein absolutes Must Have! Zum Teilen gibt es sie auch im „So Hot For 2 Bucket“, der neben den KFC Hot Filet Bites auch Hot Wings, Salsa-Gitterkartoffeln und den berühmten Coleslaw enthält. „So einzigartig wie unsere neuen KFC Hot Filet Bites sind, so einzigartig wollen wir das Produkt auch in unserem TV-Film zeigen: mit einer außergewöhnlichen Freundschaft, einem besonderen Humor und einem außerirdischen Freund“, sagt Werner.

Den TV-Spot gibt es in einer 37 Sekundenversion für Online und soziale Medien und als 25-Sekünder für klassische TV-Sender. Die Produktion der Filme übernahm wie bei der ersten Kampagne die Hamburger Sterntag Film GmbH. Regie führte auch diesmal das Regieduo John Doe. Der Spot ist ab dem 7. Januar auch online unter [www.kfc.de](http://www.kfc.de) zu sehen.

#### **Handmade in KFC**

Was KFC so besonders macht, ist vor allem die langjährige Kochtradition. Dabei verwenden die ausgebildeten KFC Köche ausschließlich natürlich gewachsenes Hähnchenfleisch, das immer vor Ort frisch paniert wird.

KFC hält für jeden Geschmack etwas bereit, denn das Produktangebot ist sehr vielfältig. Der einzigartige Bucket – der Klassiker – ist besonders beliebt bei Freunden und Familien. Er ist je nach Variante gefüllt mit knusprigen Hähnchenteilen, saftigen Filetstreifen oder Hot Wings. Für Fans von gegrilltem Hähnchen oder saftigem Filet gibt es verschiedene Grilled Chicken Produkte oder die zarten KFC Filet Bites aus 100 Prozent Hähnchenfilet. Zudem werden



schmackhafte Wraps und Burger angeboten. Einfach lecker schmecken auch die KFC Beilagen, wie Maiskolben, Kartoffelpüree, frische Salate oder der berühmte Krautsalat.

### **KFC ist ausgezeichnet**

KFC ist auch 2013 wieder bestes Fast Food Restaurant. Das bestätigt das Deutsche Institut für Service-Qualität, das KFC zum vierten Mal mit dem Titel „Bestes Fast Food-Restaurant 2013“ ausgezeichnet hat. Die amerikanische Kultmarke punktete insbesondere mit kurzen Wartezeiten und einem überaus freundlichen und kompetenten Service. Darüber hinaus konnte sich KFC durch eine besonders angenehme Atmosphäre behaupten.

### **Die Fakten zum neuen TV-Spot von KFC**

Kreativagentur: Serviceplan Sales München GmbH & Co. KG, München  
Regisseur: John Doe  
Produktionsfirma: Sterntag Film GmbH, Hamburg  
Mediaagentur: MEC GmbH, Düsseldorf  
PR-Agentur: Serviceplan Public Relations GmbH & Co. KG, Hamburg

### **Über KFC und YUM! Brands, Inc. KFC – sogood.**

Weltweit beweisen mehr als 18.000 KFC-Restaurants in 120 Ländern, dass die Produkte von den Verbrauchern geliebt werden. Über 12 Millionen Gäste genießen täglich die einzigartigen Hähnchengerichte, die nach dem Originalrezept des KFC-Gründers Colonel Harland Sanders vor Ort frisch zubereitet werden.

KFC gehört seit 2002 zu YUM! Brands, Inc. Mit Sitz in Louisville im US-Bundestaat Kentucky ist YUM! Brands, Inc. das weltweit größte Restaurantunternehmen im Bereich der Systemgastronomie mit über 40.000 Filialen in mehr als 125 Ländern. Die Restaurantmarken des Unternehmens – KFC, Pizza Hut und Taco Bell – sind die führenden Fastfood-Anbieter in den Bereichen Huhn, Pizza beziehungsweise mexikanischen Gerichten.

**Weitere Informationen unter [www.kfc.de](http://www.kfc.de) und [www.kfc-presse.de](http://www.kfc-presse.de)**

### **Kontakt für die Presse**

KFC Deutschland  
Corporate Affairs  
Anja Meisel  
Wanheimer Str. 49  
40472 Düsseldorf  
Tel.: 0211 – 4222 2807  
Email: [anja.meisel@yum.com](mailto:anja.meisel@yum.com)

Serviceplan Public Relations  
Anna Hezel  
Harvestehuder Weg 45  
20149 Hamburg  
Tel.: 040 – 20 22 88 8615  
Email: [a.hezel@serviceplan.com](mailto:a.hezel@serviceplan.com)