



Kernig. Cool. Hot.

Neuer, moderner Käpt'n setzt die iglo-Markenkampagne in Szene

Hamburg, August 2018 – Lässige Uniform, grau melierter Bart und ein entspanntes Lächeln – das ist der neue Käpt'n iglo. Mit seinem modernen kernigen Look und seinem gelassenen Auftreten dokumentiert Deutschlands bekannteste Markenkone nicht nur den heutigen Zeitgeist, sondern ist auch erstmals in der Historie der TV-Seemänner, laut britischen Medien, richtig „hot“: Das neue Gesicht des Käpt'n ist der italienische Schauspieler und Werbemodell Riccardo Acerbi (56).

Starke Markenkampagne mit einem Käpt'n zum Anbeißen

Viele Fans des Käpt'ns sind inzwischen erwachsen und heute gilt ein anderer Lifestyle als noch vor zwanzig Jahren. Antje Schubert, CEO iglo Deutschland: „Der neue Käpt'n in der Ende August startenden Markenkampagne verbindet das gewachsene Vertrauen der Vergangenheit mit dem heutigen Zeitgeist. Damit rückt die Werbefigur näher an die unterschiedlichen Generationen: mit vertrauter Tradition für Kindheitserinnerung bis hin zum coolen Hingucker für junge Generationen.“

Einfachheit in turbulenten Zeiten: „Einfach. Lecker. Leben“

Käpt'n iglo vermittelt seit über Jahrzehnten Qualität, Vertrauen und eine große Portion Abenteuer. „Nun wird er neu und modern interpretiert – mit einem Plädoyer für die einfachen Dinge im Leben. Damit setzt Käpt'n iglo der Hektik und Informationsflut des Alltags einen Moment der Ruhe und des Genießens entgegen“, so Antje Schubert. „Der Bart ist geblieben, und es ist auch noch immer der Käpt'n mit seiner blauen Jacke und lässigen Kapitänsmütze. In ruhigen Gewässern nimmt sich der Käpt'n Zeit und genießt die Einfachheit unter dem Slogan „Einfach. Lecker. Leben“, ergänzt Schubert. Authentisch inmitten seiner erwachsenen Crew und weiterhin nah mit Kindern, hebt sich die Werbeikone von seinen Vorgängern ab. Die formale Uniform ist einem lockeren Outfit gewichen. Statt Ferienlagerstimmung mit Kindern genießt er den Sonnenuntergang und springt zur Erfrischung ins Meer. Es sind die einfachen Dinge, auf die es ankommt – so wie die 'Glücklichmacher' aller Generationen: die Fischstäbchen.

360°-Kampagne startet Ende August 2018

Ab Ende August 2018 wird nun ein Italiener mit Sinn für die See in einer 360°-Kampagne für neue spannende Käpt'n iglo Geschichten sorgen. Am Steuer befindet sich nun Riccardo Acerbi, der bei den britischen Medien bereits als moderne und heiße Version gefeiert wurde. Acerbi, der in der Vergangenheit bereits für Marken wie Campari, Schweppes, Martini, Yomo Jogurt, Sector Uhren oder Coca Cola gearbeitet hat, gibt sich angesichts der Resonanz gelassen: "Es ist für mich eine Ehre, solch eine Werbeikone spielen zu dürfen und es freut mich, eine neue modernere Perspektive in diesen so beliebten und bekannten Charakter hineinzubringen."

Fünf Jahrzehnte Käpt'n

Ursprünglich wurde der Käpt'n als Werbefigur konzipiert, um den Kinder das Fischessen näher zu bringen. Eine deutsche Werbeagentur kreierte den alten Seemann im Jahr 1966, der jedoch zunächst nur im britischen Markt eingesetzt wurde. Ab 1985 eroberten die Abenteuer des Käpt'n iglo die Herzen der Menschen und diese sind noch heute fest im Bewusstsein der Konsumenten verankert. Käpt'n, Kindheitsheld und Werbegesicht der gleichnamigen Fischstäbchen – in Deutschland insbesondere durch die Darsteller John Hower und Gerd Deutschmann geprägt. Seit 2016 spielt der Brite Mark Fletcher den Kapitän im deutschen TV.

Pressekontakt:
iglo Deutschland
Alfred Jansen
Leiter der Unternehmenskommunikation
Telefon: (040) 180249-202
E-Mail: alfred.jansen@iglo.com



Neuer, moderner Käpt'n iglo (© iglo)