

PRESSEMITTEILUNG

KFC bittet zu legendären Hiphop-Moves auf TikTok

Düsseldorf, 15.12.2020.

Nachdem die #dothecolonel Challenge im April diesen Jahres eine neue Benchmark für TikTok-Challenges setzen konnte, bittet KFC zum nächsten großen TikTok-Tanz: Vom 15. bis zum 20. Dezember ruft die beliebte Fastfood-Marke unter **#KFCMakeItLegendary** deutsche User dazu auf, Oldschool-Hip-Hop-Moves in New-School-Hip-Hop-Moves zu verwandeln.

Inspiriert wurde die Challenge durch legendäre Moves von Will Smith, Kriss Kross und Janet Jackson sowie dem Tanzstil aktueller Hiphop-Größen wie Luciano, Apache und XATAR.

Während die kreative Idee von der Düsseldorfer Kreativagentur BUTTER. stammt, hat sich KFC das Kultur- & Plattform-Knowhow von zwei weiteren Spezialisten gesichert: Hiphop.de zeichnet sich als größtes Hiphop-Magazin Deutschlands für die Choreografie sowie Beauftragung authentischer Tänzer verantwortlich, die Gen Z-Experten von PlayTheHype beraten in den Bereichen Community Management und Challenge-Mechanik. Die Umsetzung des Community Managements übernimmt OneTwoSocial.

Um die Authentizität der Challenge sicherzustellen und die Eigenheiten der Hiphop-Kultur zu berücksichtigen, wurde neben reichweitenstarken TikTok-Creatoren wie @gwendolynceline (1 Mio.), @jeyisbae (1.1 Mio.), @sinamri (1.2 Mio.), vermehrt auch mit weniger bekannten Tänzern aus der Hiphop-Szene kooperiert. Dazu gehören u.a. @avemoves (2.2 Mio), @dennism.i.k (56.8 k) und @michaelmejh (75.9 k).

Ergänzend zur Challenge auf TikTok, wird auf dem Instagram-Kanal von HipHop.de jeden Tag ein Gewinner der Challenge gekürt und mit einem Gutschein für KFC belohnt.

Katharina Zietz, Communication Manager KFC, ist überzeugt davon, dass die neue Challenge einen großen Impact haben wird: „Die Hiphop-Kultur ist seit Jahren die größte kulturelle Strömung in Deutschland. Hinzu kommt, dass 42% der Gen Z sich selbst als Teil dieser Kultur definiert. Entsprechend ist die Verschmelzung unseres Brand-Assets „Make it Legendary“ mit TikTok, Tanz & Hiphop in unseren Augen genau der richtige Weg, um Millionen von jungen Menschen auf unterhaltsame, authentische und relevante Art und Weise mit der Marke KFC in Berührung zu bringen“.

Tobias Kargoll, Herausgeber Hiphop.de, sieht das genauso: „Wer authentischer Teil einer Kultur wird und Glaubwürdigkeit aufbaut, profitiert stark und nachhaltig. Hier liegt die Stärke von kulturellem Marketing und dem gelungenen Challenge-Konzept von KFC.“

Seitens BUTTER. zeichneten sich Phillip Böndel (GF Beratung Digital), Yu-Ting Liu (Senior Konzeption Digital), Volker Dingendorf (Artdirektion) und Florian Busch (Audio Visual Designer) für die Challenge verantwortlich.

Über KFC:

KFC ist seit 1968 in Deutschland vertreten und heute mehr denn je auf Expansionskurs: Seit 2010 konnte die Anzahl der Restaurants in Deutschland auf über 170 Filialen bundesweit stark ausgebaut werden. Im Geschäftsjahr 2019 erwirtschaftete das Unternehmen in Deutschland einen Netto-Umsatz von 268 Millionen Euro (+4%). In den letzten beiden Jahren wurden bundesweit 14 neue Restaurants eröffnet. Inzwischen werden 100 Prozent der deutschen KFC Restaurants von Franchisepartnern geführt, die ein wichtiger Bestandteil der Wachstumsstrategie von KFC sind: Mit ihnen soll die Anzahl der Restaurants in den nächsten Jahren auf 500 und einer Milliarde Umsatz gesteigert werden. Die Expansion von KFC soll in den jeweiligen Märkten flächendeckend erfolgen. Hier stehen in erster Linie zentral gelegene Innenstadtrestaurants, Food Court-Zonen in großen Shoppingcentern, Restaurants mit Drive-Thrus (in Gebieten mit hoher Verkehrsfrequenz und starker Einzelhandelskonzentration) sowie Bahnhöfe und Flughäfen im Fokus.

Weiterführende Informationen unter www.kfc.de und www.kfc.de/presse

Über die Agentur:

BUTTER. ist eine inhabergeführte, unabhängige Kreativagentur aus Düsseldorf. 1995 von Werner Butter gegründet, entwickelt die Agentur heute mit rund 85 Mitarbeitern kanal- und medienübergreifend Kommunikationslösungen für ihre Kunden. BUTTER. steht für Kommunikation mit gesundem Menschenverstand und klare, kluge Kampagnen.

Weitere Informationen:

Phillip Böndel, Geschäftsführer BUTTER. +49 · 175 · 240 69 88