

## **PRESSEMITTEILUNG**

---

**Chick it out! Eine KFC Kampagne wie nie zuvor.**

Düsseldorf, 15.03.2023.

***„Stell dir vor, du beißt in unser legendäres Chicken und BÄM!“ Mit einem Knall startet KFC seinen neuen Kampagnenfilm und ganz nebenbei ein ganz neues Kapitel seines Markenauftritts. Selbstbewusst und laut, aber vor allem: unverwechselbar KFC.***

Sieht man die neue Kampagne, die KFC Deutschland wieder mit der Kreativagentur BUTTER. umsetzt, merkt man sofort: Hier hat sich etwas geändert. Vorbei sind die Zeiten reiner Produktkommunikation. Der neue Fokus liegt auf der Brand selbst. Die Produkte spielen weiterhin eine wichtige Rolle, begreifen sich aber längst nicht mehr als Hauptdarsteller, die der potenziellen Kundschaft den Geschmack von KFC näherbringen.

„Es gibt in Deutschland eine große Fan-Community, die sich ein Leben ohne KFC gar nicht vorstellen kann. Aber die Gruppe derer, die noch nie bei KFC waren, ist um einiges größer. Und genau die wollen wir mit unserer Kampagne neugierig machen – auf den einzigartigen, legendären Taste von KFC“, so Katharina Zietz, Senior Brand & Communication Manager von KFC Deutschland. Deshalb setzt die neue Kommunikation auf ein Meer von Eindrücken und Emotionen – eine Geschmacksexplosion, die im Spot zu einem einzigartigen Schlüsselmoment führt: „Nicht du hast diesen Taste, sondern der Taste hat dich!“

Der neue Kampagnenclaim „Chick it out! Taste wie nirgendwo sonst.“ wird von den Kreativen von BUTTER. über alle Kanäle hinweg abwechslungsreich in Szene gesetzt. Während man im Bewegtbild kurzerhand in die Köpfe der KFC Genießenden fliegt und deren Gedanken erlebt, lässt man für OOH den Taste knallbunt aus ihren Köpfen explodieren. Das vermittelt einen Gesamteindruck der Marke, den es so noch nie zuvor gegeben hat.

Reinhard Henke, Geschäftsführer der Kreation bei BUTTER.: „Gemeinsam mit unserem Kunden haben wir eine Kampagne kreiert, die perfekt zu KFC passt, weil sie so ist wie KFC: bold, mutig und unverwechselbar.“

Die neue Kampagne ist deutschlandweit ab dem 14. März auf OOH-Flächen, auf YouTube sowie im Addressable TV zu sehen. Zudem wird sie im Radio sowie auf weiteren Social-Media-Plattformen verlängert. Die Kampagne wird die Jahreskommunikation von KFC maßgeblich bestimmen. In ihrem Verlauf sind weitere Aktivierungen geplant, die die Marke weiter aufbauen und stärken.

„Chick it out!“ ist der Startpunkt für eine lautere und mutigere Kommunikation. Sie soll den legendären Taste von KFC in viele neue Köpfe bringen.

Mit einem BÄM!

## **Weitere Informationen:**

Rike Floehr, Managerin Agenturkommunikation, BUTTER. [presse@butter.de](mailto:presse@butter.de)

## **Agentur BUTTER.**

BUTTER. gehört zu den renommiertesten Agenturmarken Deutschlands. 1995 von Werner Butter gegründet, entwickelt die aus drei Agenturen bestehende Agenturgruppe heute mit rund 90 Mitarbeitenden kanal- und medienübergreifend Kommunikationslösungen für große Marken aus unterschiedlichsten Branchen. Mit einer klugen Strategie, die auf den Kopf zielt und einer emotionaler Kreation, die das Herz trifft.

## **KFC in Deutschland**

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 180 Filialen bundesweit stark ausgebaut werden. Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete das Unternehmen in Deutschland einen Netto-Umsatz von 278,5 Millionen Euro. 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.

## **Der Mutterkonzern Yum! Brands, Inc.**

Yum! Brands, Inc., mit Sitz in Louisville, Kentucky, betreibt über 47.000 Restaurants in mehr als 140 Ländern und Hoheitsgebieten. Das Unternehmen zählt zu den Aon Hewitt Top Companies for Leaders® in Nordamerika. Die Restaurantmarken von Yum! – KFC, Pizza Hut und Taco Bell – sind die weltweit führenden Anbieter für Hähnchen, Pizza und mexikanische Gerichte. Weltweit eröffnet Yum! im Durchschnitt mehr als sechs neue Restaurants pro Tag und ist damit führend im Bereich der Systemgastronomie.

## **KFC als globale Marke**

KFC, eine Tochtergesellschaft von Yum! Brands, Inc. (NYSE: YUM), ist eine global agierende Systemgastronomie-Marke mit einer reichen, jahrzehntelangen Erfolgs- und Innovationsgeschichte. Ihren Anfang nahm sie mit dem Koch Colonel Harland Sanders, der vor über 75 Jahren ein „legendär leckeres“ Rezept kreierte – eine Liste mit geheimen Kräutern und Gewürzen, die in die Rückseite seiner Küchentür eingeritzt war. Noch heute folgt KFC seinem Erfolgsrezept: In mehr als 23.000 Restaurants in über 140 Ländern und Hoheitsgebieten bereiten ausgebildete KFC Köche unser Hähnchenfleisch frisch von Hand zu.