



FISHERMAN'S FRIEND

**SIND SIE ZU
STARK?**

**FISHERMAN'S FRIEND
DIGITAL ZU ALTER STÄRKE PART2**

DIRK HOHNBERG | CFP BRANDS

WIR SIND CFP BRANDS!

- Exklusive Vermarktung diverser Süßwarenmarken in Deutschland
- 5 der stärksten und weltweit bekanntesten Marken im Portfolio
- 140 Mitarbeiter
- ca. 220 Millionen Euro Umsatz



FISHERMAN'S FRIEND SITUATION 2021

7

Top 5 Challenges

- **Shopper Base: Penetration has not been growing for years**
- **Brand Perception: FF is perceived as being too strong for many people**
- **Demographics: Most heavy users are 60+**
- **Communication: Different brand claims on regular basis did not cut through**
- **Pandemic: Covid-19 Situation impacting shopper & consumer behaviour**





FISHERMAN'S FRIEND X MARTERIA

10

Was macht diese Kampagne so besonders?

- **Marten macht [eigentlich] keine Werbung!**
- **Die Story wurde in direkter Zusammenarbeit entwickelt – ohne Kreativagentur!**
- **Kampagne ist digital only**
 - Programmatic
 - IO
 - Social Media



STARKE ERGEBNISSE!

STARKE ENTWICKLUNG IM MARKT:

- FF WÄCHST STÄRKER ALS DIE KATEGORIE: **+XX** (MAT JAN vs. VJ)

FF GEWINNT NEUVERWENDER

- **420.000** NEUE KÄUFER SEIT MÄRZ 2022
- DAVON **>240.000** NEUKÄUFER UNTER 39

KÄUFERPENETRATION STEIGT

- FF CLASSIC WIEDER AUF PRE-COVID LEVEL **[6,1%]**

FF WIRD ZUR LOVE BRAND:

- STEIGENDE MARKENSYPATHIEWERTE IN DER JUNGEN ZG

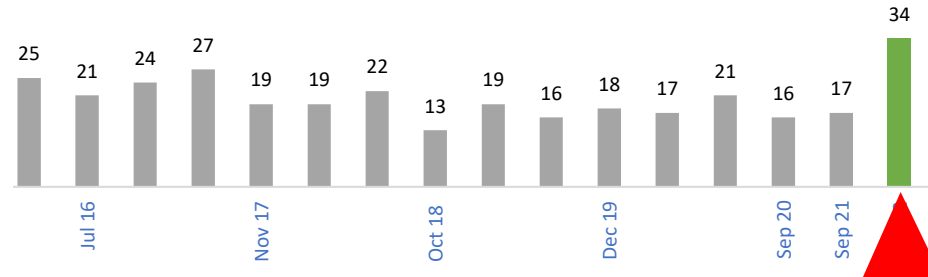
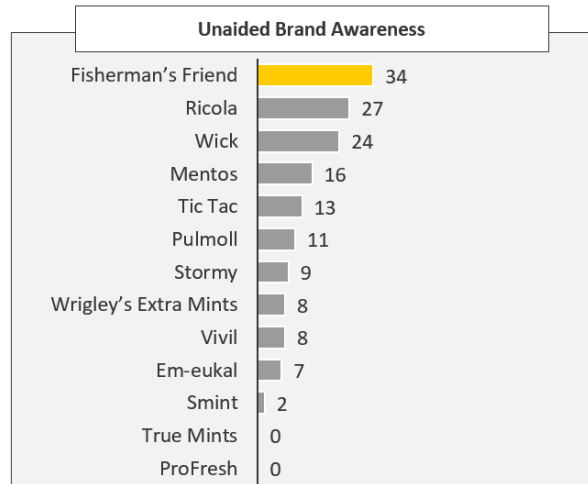
NEUE KAMPAGNE SORGT FÜR REKORDWERTE:

- HÖCHSTE MARKENBEKANNTHEIT SEIT 10 JAHREN



FISHERMAN'S FRIEND UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

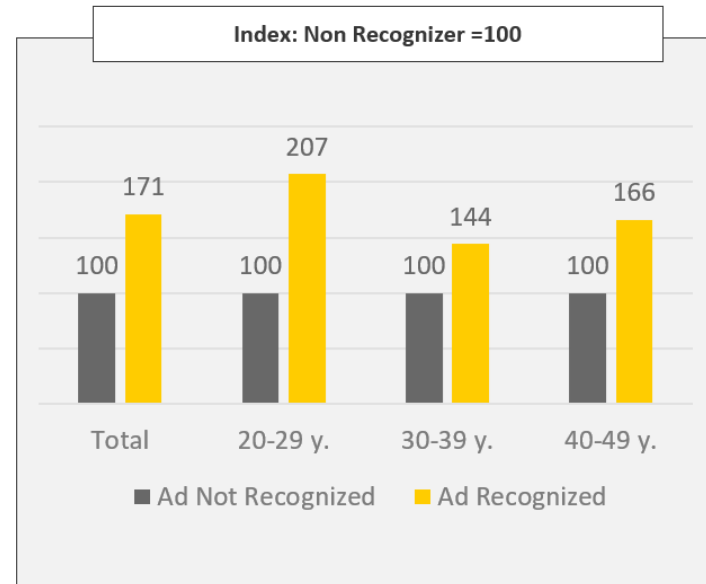
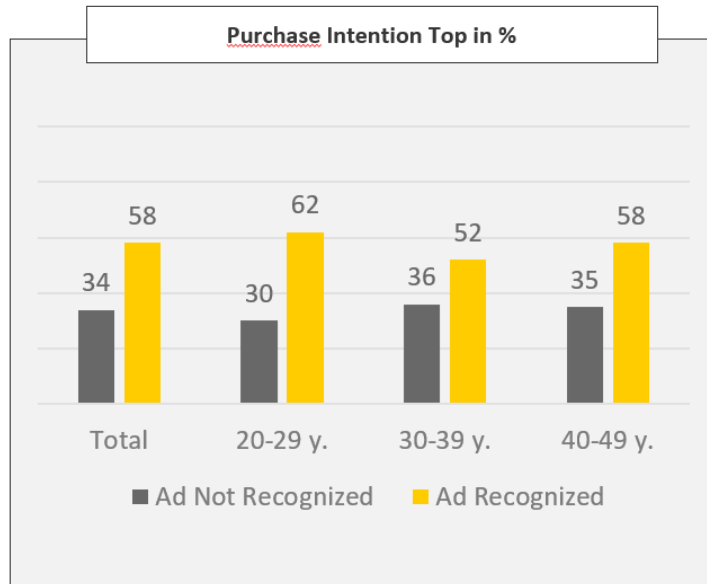
FF erreicht höchste jemals gemessene ungestützte Markenbekanntheit



pilot Hamburg for Fisherman's Friend

Based on all respondents, in % selected brand.
Q2: Which brand of breath freshening candies or pastilles do you know, even if only by name?

PURCHASE INTENTION TOP 2: SIGNIFICANT UPLIFT AMONG AGE GROUP OF 20-29



Base: all respondents, in %
Q14: How likely are you to buy Fisherman's Friend soon?



KAMPAGNEN SET-UP 2023

16

- **Set-up programmatischer als letztes Jahr (30% → 42%)**
 - Programmatik über Erwartung: Targetinggüten, Durchsichtsraten
 - Mehr Flexibilität, kontextuelle Aussteuerung
- **Platform / Inventare / Metrics: AdForm DSP**
- **Big Screen: CTV & Multiscreen Mediatheken Deal**
- **MARTERIA Umfeld**
 - Wiederansprache des Marteria Channels
 - Studio71, kanalspez. Aktivierung im YT Universum

