

PRESSMEDDELANDE 2009-06-11

Kronfågel gör tisdag till fredag

”Kyckling på fredag” är sången som mer än varannan svensk kan. Nu uppgraderar Kronfågel låten där kyckling på fredag också kan vara kyckling på tisdag eller torsdag – det är fritt fram att äta kyckling när man vill. Matglädje vardag som fest står i fokus när Kronfågel drar igång sin riksomfattande integrerade kampanj med start den 15 juni.

– Med massor av goda råvaror som resulterar i spännande kycklingrätter ska konsumenterna lockas att äta kyckling flera gånger i veckan. Matglädje adderas till Kronfågels redan etablerade värdeord som svenskt, tryggt och säkert. Medan maten tillagas sjunger vi med i de nya versionerna av Kyckling på fredag. Där har ni Kronfågels kommunikationsidé, säger Marie Håkansson, marknadsdirektör och projektansvarig inom Lantmännen Kronfågel.

Med start den 15 juni i tv vill Kronfågel få svenskarna att våga pröva kyckling i oväntade, moderna kombinationer. Kampanjen omfattar även radio, tidningar samt onlinereklam och löper under hela sommaren. Interaktivitet sker på Kronfågels webb och i social media.

Svenskarna engageras i relansering av Kyckling på fredag-låten

Kronfågel har undersökt och funnit att svenskarna fortfarande är mycket förtjusta i sången Kyckling på fredag. Därför relanserar nu Kronfågel sången efter 11 år, men i en ny och modern version där fler dagar än fredag passar utmärkt för kyckling. Nu kan man sjunga om kyckling tillsammans med singelgrannen, i badkaret eller i svärmors sällskap.

På kronfagel.se sjunger besökarna in sin favoritversion som karaoke och deltar i tävlingen om bästa framträdande. Extra kreativa kycklingfantaster kan dessutom utmana andra besökare genom att skriva en helt ny, egen text till Kyckling på fredag, spela in den på kronfagel.se och sedan ladda upp den både på kronfagel.se och på sin egen blogg. Därefter gäller det att röstfiska för det är besökarna på Kronfågels webb som röstar fram bästa bidrag.

Bloggkampen – mat mot musik, eller tillsammans?

Kronfågel utlyser också en exklusiv bloggtävling. 100 bloggare har valts ut att utmana varandra om bästa text och framförande av Kyckling på fredag. Matbloggare ställs mot musikbloggare – vem är bäst på att komponera ihop mat och musik? Besökarna röstar på sin favorit direkt på kronfagel.se. Kronfågels jury där även Pierre Boutros, upphovsmannen till Kyckling på fredag ingår, röstar också på sin favorit. Vinnaren får i uppdrag att spela in sitt bidrag i studio och sången blir Kronfågels femte Kyckling på fredag låt.

Kronfågels webb erbjuder en massa kul hela sommaren lång. Förutom tävlingar kan man också skicka grillinbjudan med tillhörande valfri kycklingsång till familj och vänner.

Sammanfattning av media:

TV: v 25-26 och uppföljning v 33-34.
Längden på inslag: 20 och 30 sek.

Kanaler: TV3, TV6, TV8, Kanal 5, Kanal 9, Discovery, TV4+, TV4 Fakta

Radio: v 26 – 28

Längden på inslag: 20 sek

Kanaler: RIX FM, Lugna Favoriter, Mix Megapol

Tidningar: Populär-, vecko- samt fackpress. Kvälls- och matbilagor.

Online, i urval: Expressens och Aftonbladets webbtv, icakuriren.se

Följ tävlingarna på:
www.kronfagel.se

Fakta om kampanjen:

Intern arbetsgrupp: Marie Håkansson, marknadsdirektör har varit projektledare. Marknadsavdelningen har ingått i projektgruppen

Reklambyrå: Storåkers McCann

Ansvarigt team: Projektledare: Emma Pernald, Demand director: Peter Bergendahl, Produktionsledare: Linda Rundqvist, Creative director: Johan Elsner, Art director: Hampus Enström, Copywriter: Anna Perrolf, Original: Fanny von Pongracz

Webbyrå: Quid

Fakta om Kyckling på fredag-låten:

Text och musik: Pierre Boutros, Bubbels Gum
Lanserades för första gången: 1998

För frågor kontakta gärna:

Marie Håkansson, marknadsdirektör Lantmännen Kronfågel, tel: 0703- 64 42 02
Jenny Fridh, informationschef Lantmännen Kronfågel, tel: 0730-27 70 18

Fakta/Lantmännen och Lantmännen Kronfågel

Lantmännen är en av Nordens största koncerner inom livsmedel, energi och lantbruk. Exempel på Lantmännenägda varumärken är Axa, Kungsörnen, Start, Hattings, Schulstad och Kronfågel. Lantmännen ägs av cirka 40 000 svenska lantbrukare, har mer än 12 000 anställda, är verksamt i 19 länder och omsätter 42,9 miljarder kronor. Lantmännen har verksamhet i hela förädlingskedjan - från jord till bord. Läs gärna mer på www.lantmannen.com och www.lantmannen.se. Lantmännen Kronfågel Holding är Nordens största kycklingproducent med marknadsledande position i Danmark och Sverige. Under år 2008 omsatte Lantmännen Kronfågel Holding 2,8 miljarder kronor och hade 1 300 medarbetare. Vi marknadsför våra produkter under varumärken som Kronfågel, Ivars, Stinas och Danpo. www.kronfagel.se eller www.danpo.dk.