

hosta

ECHT GUT. ECHT GLÜCKLICH.

„HOL DIR DEN CRUNCH!“: NIPPON STARTET NEUE MARKENKAMPAGNE

HOSTA INSZENIERT DIE KULTMARKE MODERN UND DYNAMISCH ÜBER STREAMING-TV, YOUTUBE UND SOCIAL MEDIA.

Pressemitteilung

Stimpfach, 14. Oktober 2026. Freunde zusammen, Snacks auf dem Tisch, Musik an und einfach eine gute Zeit haben: Genau dieses Lebensgefühl greift die neue Spot-Kampagne von HOSTA für nippon MINIS auf. Unter dem Kampagnenclaim „Hol dir den Crunch!“ zeigt sich die Kultmarke modern, dynamisch und nah an den Snackmomenten einer jüngeren Zielgruppe. Die kleinen Puffreishäppchen werden dabei zum unkomplizierten Begleiter für gemeinsame Abende und spontanen Genuss. Der 20-sekündige Hauptspot wird in relevanten Streaming-Umfeldern auf dem Big Screen ausgespielt und durch Formate auf YouTube und Meta ergänzt.

Für die Kampagne setzt HOSTA bewusst auf einen Video-Only-Ansatz. Bewegtbild, Musik, schnelle Schnitte und Produktinszenierung greifen ineinander und transportieren die Leichtigkeit und Energie eines gemeinsamen Abends. Gleichzeitig rückt der Spot den charakteristischen Crunch der MINIS in den Mittelpunkt.



Enthält KI-generierte bzw. KI-bearbeitete Bild- und Tonsequenzen

Mediaplanung entlang des Konsummoments

Die Mediaplanung orientiert sich gezielt an einem für nippon etablierten Konsumanlass. Marktforschungsergebnisse des Unternehmens zeigen, dass die Puffreishäppchen besonders häufig in entspannten Abendstunden zu Hause konsumiert werden. Entsprechend setzt die Kampagne einen Schwerpunkt auf die Prime Time und erreicht Konsumentinnen und Konsumenten genau in diesem Nutzungskontext. Die Ausspielung erfolgt in zwei Flights vom 14. bis 27. Oktober sowie vom 4. bis 17. November 2026, jeweils zwischen 19 und 24 Uhr.

Die vollständige 20-Sekunden-Version wird über Streaming-TV und Smart-TV-Apps auf dem Big Screen ausgespielt. Dabei kommt der Spot auf Connected TV als Pre- und Mid-Roll zum Einsatz, um eine möglichst hohe Sichtbarkeit im Streaming-Umfeld zu erzielen. Parallel verlängern auf YouTube und Meta zugeschnittene Formate die Kampagne auf den Second Screen. So ist nippon MINIS während des gemeinsamen Fernsehabends sowohl auf dem großen Bildschirm als auch auf Smartphone und Tablet präsent und begleitet genau den Moment, den auch der Spot selbst inszeniert.

Der Spot [„Nippon Minis – Hol dir den Crunch!“](#) kann auf YouTube angesehen werden.



Ein Abend, Freunde und jede Menge Crunch

Im Mittelpunkt des Spots steht bewusst kein außergewöhnliches Event, sondern eine alltägliche Situation: Freunde kommen zusammen, spielen, lachen und verbringen gemeinsam Zeit. Mittendrin sind die nippon MINIS. Der Beutel wird geöffnet, die kleinen Häppchen werden herumgereicht und gemeinsam gesnackt. Das Format unterstützt genau diesen unkomplizierten Genussmoment. Die kleinen nippon Original-Häppchen lassen sich leicht teilen und zwischendurch genießen, der wiederverschließbare Beutel macht sie zum praktischen Begleiter für den gemeinsamen Abend.

Schnelle, rhythmische Schnitte und ein eigens für die Kampagne produzierter Song verleihen dem Spot seine Dynamik. Der Kampagnenclaim „Hol dir den Crunch!“ zieht sich dabei als wiederkehrendes Element durch die Inszenierung und greift den charakteristischen Crunch der nippon MINIS auf. „nippon ist für viele Menschen eine vertraute Marke. Mit den nippon MINIS greifen wir diese Stärke auf und übersetzen sie in eine zeitgemäße Snackwelt. Mit der Kampagne übertragen wir diesen Gedanken nun auch in die Kommunikation und zeigen, wofür nippon heute steht: unkomplizierter Genuss, den man gerne teilt“, erklärt Laura Frömberg, Brand Managerin bei HOSTA.

Kultmarke zeitgemäß weitergedacht

Mit der Kampagne setzt HOSTA die Weiterentwicklung von nippon konsequent fort. Ziel ist es dabei nicht, die bekannte Marke neu zu erfinden, sondern ihre Stärken zeitgemäß zu

übersetzen und in neue Nutzungssituationen zu übertragen. nippon soll künftig noch stärker für spontane Genussmomente, gemeinsame Zeit mit Freunden und den charakteristischen Crunch stehen.



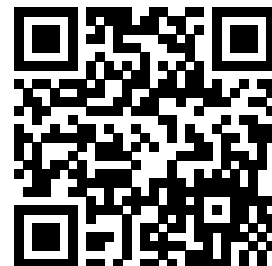
Über die HOSTA-Gruppe

Seit 75 Jahren fertigt HOSTA in Stimpfach (Baden-Württemberg) qualitativ hochwertige Süßwaren. Zum Sortiment gehören Klassiker wie der Erdnussriegel Mr. Tom, das Puffreis-häppchen nippon und die Kokos-Schokolade Romy. Alle Produkte erfüllen die strengen Richtlinien des International Food Standard (IFS). Die lange Tradition als Markenhersteller beruht nicht zuletzt auf der gleichbleibenden Qualität aller HOSTA Produkte und den ausnahmslos hochwertigen Rohstoffen, die in ihnen verarbeitet werden. Zur HOSTA-Gruppe gehören Wawel S.A. in Polen, Hosta Meltis Ltd. in Großbritannien und Hosta Italia Srl in Italien. In dritter Generation wird das Familienunternehmen seit 2019 von Laura Opferkuch geführt.

Folgen Sie HOSTA im Web

[Website](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#) |
[LinkedIn](#) | [Onlineshop](#)

HOSTA Onlineshop:



Pressekontakt:

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media
Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf
Mine Weber, 0155-10930131
Katrín Frank, 0176-32212835
hosta@wake-up-communications.de