

17.01.2022 - 12:55 Uhr

"Wenn du was Pflanzliches isst, dann sag ich 'Yay!', wenn du 'nen Ausrutscher hast, ist's auch okay!" / Oatly launcht erste eigene Mini-Serie: THE NEW NORM&AL SHOW



Berlin (ots) -

"Norm & Al"-Haferdrinksfiguren stoßen Diskussion über eine pflanzenbasierte Ernährung als "The New Normal" an

Oatly, das größte Haferdrinkunternehmen der Welt, hat heute den Start seiner größten Kampagne in Deutschland, Österreich und der Schweiz bekannt gegeben - THE NEW NORM&AL SHOW. Mit der Kampagne stößt Oatly die Diskussion über eine zeitgemäße Ernährung an, bei der die Entscheidung für pflanzenbasierte Kost ganz normal ist - eben "The New Normal". Und dies mit Hilfe von Puppen.

Oatly launcht THE NEW NORM&AL SHOW mit einer Mini-Webserie von fünf Episoden über zwei Haferdrinksfiguren namens Norm & Al. Wie viele von uns versuchen sie, die Umstellung auf pflanzliche Ernährung zu bewältigen. Die Serie beginnt mit dem 5-minütigen Pilotfilm "Norm's Old Pal Milk", der erzählt, wie sich Norm und Al kennengelernt haben.

Norm & Als zentrale Botschaft: Flexitarisch kann jede*r - und auch kleine Schritte helfen

Jede Episode wirft einen Blick auf den Alltag von Norm, dem etwas Schläueren der beiden, und Al, der stets bemüht ist, das Richtige zu tun - auch wenn es ihm zuweilen schwerfällt. Die Szenen beschreiben Situationen, in denen sich viele Zuschauer*innen wiedererkennen können. Die Mittel der Wahl: ein manchmal etwas unbeholfen wirkendes Puppenspiel, ans Absurde grenzende Dialoge sowie schlechter Gesang und noch schlechtere Tanzeinlagen.

Norm & Al zeigen uns unter anderem, dass jede*r versuchen kann, sich pflanzlich zu ernähren, dass man kein Hipster sein muss, um auf Milchprodukte oder Fleisch zu verzichten, und dass man sich nicht vollständig vegan ernähren muss, um etwas für den Planeten zu tun. Oder wie Norm in der Episode "Let's Flex" singt: *"Schon okay! Du musst Fleisch nicht für immer vergessen. Du darfst auch ab und zu Käse essen. An manchen Tagen vegan, an anderen nicht. Bei uns kommt Flexitarisches auf den Tisch!"*

Oatlys Kreativabteilung geht neue Wege mit preisgekröntem Filmstudio

THE NEW NORM&AL SHOW wurde von Oatlys Kreativabteilung, dem Oatly Department of Mind Control, in Zusammenarbeit mit der BAFTA-prämierten Produktionsfirma Nexus Studios entwickelt. Hinter der kreativen Umsetzung stehen der für den Annie Award (einer der wichtigsten Awards im Bereich Animation) nominierte Regisseur Conor Finnegan und der Puppenmacher Andy Gent, der unter anderem für Wes Andersons Stop-Motion-Epos Isle of Dogs bekannt ist.

Michael Lee, Creative Director bei Oatly: "Nachdem wir versucht haben, die Menschen mit superlangen Instagram-Posts, albernen Superbowl-Werbungen und unsinnigen Slogans dazu zu bringen, sich verstärkt pflanzlich zu ernähren, sind wir nun bei Puppen gelandet. Das Tolle an THE NEW NORM&AL SHOW ist, dass wir damit eine Botschaft vermitteln können, über die die Leute normalerweise die Augen verdrehen würden. Und nun ja, wer mag schon keine Puppen? Eigentlich geht es bei Norm & Al nur darum, der pflanzlichen Bewegung etwas Filz, wackelige Arme und auffällige Perücken hinzuzufügen. Wenn das dazu beiträgt, der Gesellschaft dieses Thema näher zu bringen, ist die Kampagne ein voller Erfolg."

Umfangreiche Flankierung durch digitale Medienkampagne und Out of Home

Alle fünf Episoden von THE NEW NORM&AL SHOW werden ab dem 17. Januar auf YouTube und Oatly.com zu sehen sein. Der Start wird von der bisher umfangreichsten digitalen Medienkampagne von Oatly im deutschsprachigen Raum unterstützt, die über Broadcast VoD (TV NOW, Joyn), Programmatic, YouTube und Social Media (Facebook & Instagram) in Deutschland, Österreich und der Schweiz läuft. Wie es sich für Oatly gehört, wird die Kampagne vom 15. Januar bis 28. Februar 2022 auf Out-of-Home-Werbestellen in Berlin, Hamburg, Köln und München zu sehen sein.

Die Kampagne wird, neben Deutschland, Österreich und der Schweiz, in den nächsten Wochen auch in weiteren Ländern starten, unter anderem in Großbritannien, Schweden, Finnland, Australien und den Niederlanden.

Conor Finnegan, Regisseur bei Nexus Studios, ergänzt: "Es war mir eine große Freude, Oatly bei der Mission zu unterstützen, eine pflanzliche Lebensweise zum neuen 'Norm(&)AL' zu machen. Ich hoffe, dass diese Puppen dabei helfen, Oatlys Botschaft zu verbreiten und mehr Menschen dazu bringen, von Milchprodukten auf pflanzliche Erzeugnisse umzusteigen. Und zwar mit Hilfe von Gesang, Tanz und peinlichem Schweigen."

Weitere Informationen und alle Episoden von THE NEW NORM&AL SHOW finden Sie unter www.oatly.com/de-de/normandal

Über Oatly

Oatly ist das größte Haferdrinkunternehmen der Welt. Seit über 25 Jahren konzentriert sich Oatly ausschließlich auf den Aufbau von Expertise rund um das Thema Hafer: ein Power-Getreide, das durch seine inhärenten Eigenschaften für Nachhaltigkeit und die menschliche Gesundheit geeignet ist. Oatlys Engagement für Hafer hat zu grundlegenden technischen Fortschritten geführt, die es dem Unternehmen ermöglicht haben, die gesamte Breite des Molkereiportfolios zu erschließen. Dazu gehören Alternativen zu Milch, Eiscreme und Joghurt sowie Produkte zum Kochen und Brotaufstriche. Oatly hat seinen Hauptsitz in Malmö, Schweden, und ist in mehr als 20 Ländern weltweit erhältlich.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.oatly.com.

Über Nexus Studios

Nexus Studios ist ein weltweit führendes, unabhängiges Film- und Immersive-Studio, bei dem Animation und Storytelling im Mittelpunkt stehen. Mit Studios in London, L.A. und Sydney kreiert Nexus Studios bedeutungsvolle, rührende Geschichten, die einen positiven Beitrag zu kulturellen Diskussionen leisten. Zu den Erfolgen des Studios gehören Oscar-nominierte und BAFTA-prämierte Filme, mit dem Cannes Grand Prix ausgezeichnete Werbespots und EMMY-nominierte AR- und VR-Erlebnisse. Zu den Kunden aus den Bereichen Entertainment und Branded Content gehören Netflix, Disney, BBC und Sony sowie große Marken wie Google, Apple, Headspace und Facebook.

THE NEW NORM&AL SHOW

Kreativkonzept: Oatly Department of Mind Control

Creative Director: Michael Lee

Produktionsfirma: Nexus Studios

Regisseur: Connor Finnegan

Die Episoden in der Übersicht:

[Norm's Old Pal Milk \(05:11\)](#)

Sich zwischen einer lebenslangen Freundschaft und der Rettung des Planeten zu entscheiden, fällt niemandem leicht, es sei denn, man ist eine Haferdrink-Puppe namens Norm...

[Not Just For Hipsters \(02:21\)](#)

Jede*r kann sich pflanzlich ernähren. It's not just for hipsters - mit oder ohne Bart oder ironischem Tattoo. Man braucht lediglich einen Mund...

[Dairy Detox \(01:23\)](#)

Alte Gewohnheiten sterben langsam - genau wie John McClane. Wenn Haferdrink-Puppen damit zu kämpfen haben, etwas aufzugeben, was wir schon seit Tausenden von Jahren tun, ist es vielleicht auch für uns in Ordnung, damit zu kämpfen.

[Let's Flex \(01:56\)](#)

Du musst dich nicht völlig von Fleisch und Käse trennen, selbst Haferdrink-Puppen haben ab und zu das Verlangen danach. Halte die Beziehung aufrecht, wenn es sein muss, aber vielleicht trifft ihr euch ab sofort nur noch an den Wochenenden?

[Backstage \(03:02\)](#)

Backstage bei The NEW NORM&AL SHOW: Al entdeckt, dass er nur eine Haferdrink-Puppe ist und stürzt in eine existenzielle Krise ...

Pressekontakt:

Oatly Germany GmbH
Sophie Ritter
sophie.ritter@oatly.com
+49 162 5273196
www.oatly.com

ZUCKER.Kommunikation GmbH
Torstraße 107, 10119 Berlin
+49 30 247 587-0
oatly@zucker.berlin
www.zucker.berlin

Medieninhalte



Logo der Webserie THE NEW NORM&AL SHOW von Oatly zur redaktionellen Nutzung / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/134132 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100088990/100884026> abgerufen werden.