

## Pressemeldung

Was für ein herrlicher Horror!

### Conti und Freunde des Hauses wünschen Happy Hallowheel

**Hamburg, 29. Oktober 2024: Pünktlich zum Beginn der schmuddeligen Jahreszeit, wenn die Reifenwechselsaison beginnt und Halloween vor der Tür steht, schockt Continental die Social-Streams mit einem gruseligen Reel, das die Pulse höher schlagen lässt – auch die aller Nicht-Autofahrer:innen.**

Zusammen mit der Agentur Freunde des Hauses hat sich der Reifenhersteller einen ganz besonderen Halloween-Greet ausgedacht, um jahreszeitliche Ereignisse mit den tiefverwurzelten Markenwerten Vertrauen, Qualität und Sicherheit auf spannende und unterhaltsame Art und Weise zusammenzubringen. Schließlich kann der richtige Reifen vor ungeahnten Überraschungen bewahren – das jedenfalls ist die augenzwinkernde Kernbotschaft des ca. 60-sekündigen Online-Videos, das ab dem 29. Oktober global auf TikTok & Co ausgespielt wird.

Content Campaign Specialist Lara Kiene, zusammen mit Vanessa Buchholz verantwortliche Person auf Kundenseite, merkt an: „Social-Media-Kommunikation funktioniert nicht nach werblichem Schema F, sondern am besten über den Faktor Spaß. Unser Social-Film beweist, dass die Continental-Markenwerte auch dann durchdringen können, wenn sie mit einem Augenzwinkern und einer unterhaltsamen Portion Halloween-Horror transportiert werden.“

Die Handlung: Eine junge Frau erleidet eine Reifenpanne – und zwar genau dort, wo man sie am wenigsten haben will: nachts, auf einsamer Landstraße, im dichten Platzregen. Plötzlich blitzen die Scheinwerfer eines vorbeifahrenden Autos auf, es rollt heran, bleibt stehen – und der Blick der Hilfesuchenden Frau erkennt hinter dem Steuer nicht irgendwen, sondern einen waschechten Zombie. Warum sich die Frau entgegen jedem natürlichen Fluchinstinkt trotzdem bereitwillig in das Auto des Zombies setzt? Muss man einfach selbst sehen. Kleiner Teaser: Es hat mit Vertrauen zu tun – denn gerade in den dunkelsten Stunden ist eines doch unbestritten: „Always have someone to trust in“.

Den Film begleitend geht es auf der weiterführenden Landing-Page thematisch passend nicht nur informativ, sondern mit jeder Menge Behind-the-Scenes Content auch unterhaltsam weiter.

Marcus Schlieckriede, Kreativdirektor bei Freunde des Hauses, führt aus: „Reifen zu bewerben kann der Horror sein. In diesem Fall soll es das sogar. Darum hat unser einminütiger Halloween Streifen alles, was es dafür braucht: Spannung, Schockmomente und natürlich ein abgefahrenes Happy End. Dank des starken Teamplays zwischen Continental, Freunde des Hauses und den Produktionspartnern haben wir im Eiltempo etwas richtig Überraschendes auf die Reifen gestellt.“

Gedreht wurde der Halloween-Schocker bereits im August – und zwar auf der Continental-eigenen Teststrecke, dem Contidrom“. Julia Fröhlich von Department for Film and Photo zeichnet für die Produktion verantwortlich, Thomas Dünzendorfer für die Regie.

Auf Agenturseite waren Carina Woldmann (Beratung) und Marcus Schlieckriede (Kreativdirektor) federführend beteiligt.

Die **FREUNDEDESHAUSES** glauben an die Kraft der Idee und an langfristige Beziehungen. Als echter Freund des Hauses (Unternehmens) genießt die Agentur das Vertrauen tief in die Gedanken der Entscheider:innen einzutauchen und so nachhaltig Großes zu bewegen und nachweislich etwas zu verändern. 2008 in Hamburg gegründet, arbeite ein 45-köpfiges Team unter Leitung der Geschäftsführung mit Thore Jung (Gründer und Gesellschafter) sowie Boris Schmarbeck (Kreation) für Kunden aus den Bereichen FMCG, Handel und Finanzen.

**Pressekontakt**

Daniela Ahrens, Senior Corporate Communications Managerin

Ludwigstraße 4

20357 Hamburg

[ahrens@hirschen-group.com](mailto:ahrens@hirschen-group.com)