

Lieferando startet erste große Markenkampagne mit Grabarz XCT in Deutschland

Hamburg, 23.06.2025 – „Unglaublich. Aber lieferbar.“ Unter diesem Motto bewirbt Lieferando ab sofort die enorme Angebotsvielfalt seiner Bestellplattform anhand unerwarteter Situationen, in denen der Delivery-Marktführer liefert. Die große Markenkampagne für den deutschen Markt ist ein starkes Statement für die neue Zusammenarbeit mit Grabarz XCT. Erst vor wenigen Wochen konnte sich die Hamburger Kreativagentur im Pitch um die hiesige Markenkommunikation von Lieferando durchsetzen.

Lieferandos erste große lokale Markenkampagne, angeführt von einem 30-sekündigen Hero-Film, wird in den Bereichen TV, DOOH, Streaming, BVOD, YouTube laufen und von DEPT® erstellte maßgeschneiderte Inhalte umfassen, die die Kampagne auf die digitale Landschaft erweitern. Der Werbespot wird ab dem 23. Juni im TV bei allen einschlägigen Sendern sowie auf YouTube zu sehen sein – mit emotionalen, überraschenden und kraftvoll inszeniert Visuals, die die Vielfalt des Angebots von Lieferando zeigen: Von Lebensmittel über Technik-Gadgets bis hin zu Medikamenten – was früher unglaublich klang, ist heute an viele Orte und nahezu jederzeit lieferbar. Mit Partnern wie REWE, MediaMarkt und lokalen Apotheken dehnt Lieferando sein Serviceversprechen weit über den Food-Bereich hinaus aus.

Produziert wurden die bildstarken TV-Spots von Markenfilm, unter der Regie von Marie Schuller. Der Kampagnensoundtrack kommt von EMF: Ihr goer-Hit „Unbelievable“ trifft den Nerv des Mottos und sorgt für maximale Wiedererkennbarkeit. Für die Kampagnenmotive zeichnet sich die Fotografin Frederike Wetzels verantwortlich, die Social Assets stammen von der Agentur DEPT.

„Früher nur Essen. Heute: Alltag auf Abruf. Unsere Kampagne zeigt, wie Lieferando vom Hunger-Retter zum Alltagshelfer geworden ist – und zwar ohne großes Tamtam. Gleichzeitig freuen wir uns, mit dieser Arbeit den Startschuss für eine neue kreative und strategische Richtung zu setzen – mit einem kommunikativen Rahmen, der nicht nur Kampagnen, sondern das gesamte kommunikative Ökosystem von Lieferando langfristig unterstützen wird“, so Matthias Hoffmann, Kreativchef bei Grabarz XCT.

„Unsere neue Kampagne zeigt mit einem Augenzwinkern, wie vielfältig die Wünsche unserer Nutzer:innen sind und wie zuverlässig Lieferando zu jedem Anlass, zu jeder Tageszeit und für jedes Bedürfnis liefert. Gemeinsam mit Grabarz XCT setzen wir ein kreatives Zeichen dafür, dass man bei uns wirklich alles

bekommt, wann immer man es will, und zwar ganz unkompliziert und passend zum Alltag unserer Nutzer:innen.“ – Susanne Ferlic, Head of Marketing Lieferando.

Mit dem Kampagnenauftritt legt Grabarz XCT den Grundstein für die langfristige Markenentwicklung von Lieferando auf dem deutschen Markt – mit Haltung, Relevanz und einem klaren Versprechen: Was auch immer du brauchst – es ist nur eine Lieferung entfernt.

Link zu den Filmen:

National Spot (Hero Film): <https://youtu.be/sZ7pKRj8TGA>

Top 6 Cities Spot: <https://youtu.be/MK7UlojL38o>

CREDITS:

Lieferando: Stuart Eaton (Global Head of Brand & Campaigns), Alena Riekenbrauck (Project Lead - Global Brand & Campaigns), Susanne Ferlic (Head of Marketing Lieferando), Philipp Obenaus (Head of Brand & Campaigns Germany), Rosita Ribeiro (Marketing Lead Germany), Astrid Kappesser (Senior Marketing Manager Brand Campaigns Germany), Helen Harris (Project Lead - Global Marketing Operations)

Grabarz XCT:

Joachim Fuchs (CEO), Matthias Hoffmann (CCO), Moritz Pupke (ECD), Franziska Fischer (Art Director), Nils Wettlauffer (Art Director), Mareike Dubbels (Art Director), Alina Knepper (Art Director), Marit Hölting (Art Director), Lisa Schwen (Art Director), Andreas Wagner (Art Director), Laura Türk (Copywriter), Tobias Schülert (Copywriter), Alexander Rose (Copywriter), Erik Höhn (Copywriter), Sophie Meese (Account Director), Marie-Josephine Puder (Account Management), Charlotte Prinz (Account Management), Lisa Walz (Strategy), Alexander Walter (Strategy), Alina Born (Strategy), Paul Bayerlein (Agency Producer), Moritz Sülz (Agency Producer), Ellen Kleinbölting (Art Buying)

Production: Markenfilm

MD: Alexander Husche

Executive Producer: Johannes Wöpkemeier

Producer: André Bouaifi

Director: Marie Schuller

Photographer: Frederike Wetzels

Service Production: Digital Spirit

Postproduction: Markenfilm

Sounddesign & Mix: Hello Robin

Pressekontakt:

Isabel Kiwitt

Director Corporate Communications

Mobil: +49-173-374 8228

isabel.kiwitt@grabarzundpartner.de

Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH, Schaartor 1 in 20459 Hamburg
Sitz der Gesellschaft: Hamburg, Handelsregister: Amtsgericht Hamburg (HRB 52097)

Über Lieferando / Just Eat Takeaway.com:

Lieferando ist ein erfolgreicher Onlinemarktplatz zum Bestellen von Essen, Lebensmitteln und Alltagsprodukten in Deutschland und Österreich. Das Unternehmen stellt Partnern eine Plattform, Infrastruktur sowie zahlreiche Services für ihr digitales Bestellgeschäft bereit und erleichtert Konsument:innen die Bestellung per App. Darüber hinaus bietet Lieferando einen Logistikdienst mit festangestellten Fahrer:innen für Partner ohne eigenen Lieferservice. Lieferando wurde 2009 in Deutschland gegründet und gehört zu Just Eat Takeaway.com (AMS: TKWY). Der Technologiekonzern mit Hauptsitz in Amsterdam verbindet über seine Plattform Konsument:innen und mehr als 731.000 angeschlossene Partner aus Gastronomie, Lebensmittel- und Einzelhandel mit Standorten in 17 Ländern: Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Kanada, Australien, Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Irland, Israel, Italien, Luxemburg, Polen, Slowakei, Spanien und Schweiz. Mehr auf www.justeattakeaway.com/newsroom, www.justeattakeaway.com, LinkedIn und Twitter/X.

Über Grabarz XCT:

Grabarz XCT steht für Kommunikation, die Marken erlebbar macht – überraschend, relevant und immer am Puls der Zeit. Gegründet 2019 und Teil der Grabarz & Partner Gruppe, entwickelt die Agentur Kampagnen, die bewegen und Marken emotional inszenieren. Ob mutige Haltungskampagnen oder immersive Brand Experiences – Grabarz XCT versteht Kommunikation als ganzheitliche Reise entlang der Customer Journey, mit dem klaren Ziel, Marken aufregender zu machen. Unter der Führung von Joe Fuchs (Geschäftsführer Beratung) und Mattes Hoffmann (Geschäftsführer Kreation) vereint Grabarz XCT Disziplinen wie Live-Kommunikation, Sponsoring, Digital und Retail mit klassischer Markenkommunikation für Kunden wie u.a. congstar, IKEA, Union Investment, DEVK, Dr. Oetker und Sparda-Bank. Das Leitmotiv: „**Your brand is more exciting than you think**“ – bringt auf den Punkt, was Grabarz XCT antreibt: Marken in einem neuen Licht zu zeigen und ihr volles Potenzial zu entfalten – überraschend, kreativ und auf den Punkt.