

Supermodel Heidi Klum und funny-frisch launchen Chipsfrisch Brathähnchen Style

Die Special Edition mit Star-Power ist ab August in den Regalen



Köln/Hamburg, 6.5.2026. Was kommt dabei heraus, wenn ein internationales Supermodel mit Wurzeln in Bergisch Gladbach und einer der bekanntesten deutschen Snack-Hersteller in Köln sich zusammentun?

Wir lösen auf: funny-frisch Chipsfrisch Brathähnchen-Style by Heidi Klum, ab August im Handel.

Während der OMR in Hamburg hat Heidi Klum heute dieses bisher gut gehütete Geheimnis gelüftet. Heidi Klum und Chips gehören seit Jahren zusammen – ob am Set, im Bett, auf dem Sofa, auf Reisen oder einfach im Alltag. Die Idee entstand aus echter Frustration: „Ich habe jahrelang nach den besten Chicken-Chips gesucht – aber nichts hat mich wirklich überzeugt. Also habe ich sie einfach selbst gemacht.“

Das Ergebnis: ein Snack, der auf klaren Geschmack setzt. Knusprig, sexy, herzhaft und vegan.

„Sie sind genauso geworden, wie ich sie immer gesucht habe – richtig knusprig und mit Röstaroma“, sagt das Supermodel.

Auch abseits der Produktentwicklung bleibt Heidi ihrer Linie treu. In einem CNN-Interview während der Oscar-Verleihung verriet sie, dass Chips zu ihren Lieblings-Snacks zählen – besonders Klassiker von funny frisch aus Deutschland.

Die neuen funny-frisch Chipsfrisch Brathähnchen überzeugen mit der bekannten Qualität der beliebtesten Chips-Marke Deutschlands und einem vollmundigen Geschmack. Deftige, fleischige Aromen sind von jeher beliebt.



„funny-frisch und Heidi Klum sind gleichermaßen Ikonen der deutschen Popkultur und Collabs entsprechen absolut dem Zeitgeist. Wir sind sicher, im Team zusammen auch Lifestyle-orientierte Zielgruppen für unsere Love Brand funny-frisch erreichen zu können. Zwei Kult-Marken verbinden sich hier auf beste Weise,“ sagt Vana Knöpfel, Director Marketing bei der Intersnack Deutschland SE.

„Bei funny-frisch Chipsfrisch by Heidi Klum geht es uns dabei nicht um einen kurzfristigen Effekt, sondern um ein glaubwürdiges Produkt“, ergänzt Knöpfel. „Heidis Vorliebe für deftige Küche passt hervorragend zur Marke – beide stehen für ehrlichen Geschmack und gemeinsames Genießen.“

Die Partnerschaft sei langfristig angelegt und werde wohl noch das ein oder andere Mal für Überraschungen sorgen.

Mit der Kooperation unterstreicht Intersnack den Anspruch, die Marke funny-frisch kontinuierlich weiterzuentwickeln und durch relevante Partnerschaften neue Impulse im Segment „Salzige Snacks“ zu setzen. Der Produktlaunch wird durch Kommunikations- und Marketingmaßnahmen in TV, Out Of Home, auf Social Media, sowie auf den Kanälen von funny-frisch und über die Reichweite von Heidi Klum begleitet.

Die unverbindliche Preisempfehlung für die 130-Gramm-Packung liegt bei 1,99 Euro.

ÜBER FUNNY-FRISCH:

Die Marke funny-frisch begeistert seit 1968 Verbraucher in Deutschland mit ihren einzigartigen Snacks. Das Portfolio umfasst neben Chipsfrisch weitere erfolgreiche Produkte wie Linsen Chips, Kessel Chips und Ofen Chips oder Riffels. Zudem bietet funny-frisch eine große Auswahl an Spezialitäten wie die beliebten Erdnuss Flippies, Jumpys, Ringli sowie gebackene Produkte. Chipsfrisch ungarisch ist eines der beliebtesten Markenprodukte im gesamten Lebensmitteleinzelhandel.

Weitere Informationen über die Marke funny-frisch finden Sie unter www.funny-frisch.de.

ÜBER INTERSNACK:

Die Intersnack Deutschland SE ist ein Lebensmittelunternehmen mit Sitz in Köln und gehört zu den Marktführern in der Kategorie „Salzige Snacks“. Als Teil der europaweit tätigen Intersnack Group mit Hauptsitz in Düsseldorf produziert die Intersnack Deutschland SE an fünf deutschen Standorten die bekannten Marken funny-frisch, ültje, Chio, POM-BÄR und Tyrrells.

Weitere Informationen über Intersnack und zugehörige Marken finden Sie unter www.intersnack.de.

PRESSEKONTAKT:

Silke Schumacher

Manager Corporate Communications Intersnack Deutschland SE

Mobil: +49 (0) 173 3817492 **E-Mail:** sschumacher@intersnack.de