PRESSEMITTEILUNG

KI-Revolution im TV: Lacalut feiert 100 Jahre Lächeln mit einer Deutschlandpremiere

- **TV-Premiere:** Seven.One Media, Havas Media und Havas Play lancieren für Lacalut den ersten vollständig KI-generierten Branding-Spot im deutschen Fernsehen.
- **100 Jahre Lächeln, neu interpretiert:** KI erweckt die gesamte Markengeschichte von Lacalut in einem emotionalen und fotorealistischen Spot zum Leben.

Unterföhring, 10. März 2025. Seven.One Media, Havas Media und seine Branded Content-Unit Havas Play setzen für Dr. Theiss und Lacalut einen Meilenstein in der Werbegeschichte. Lacalut, die Traditionsmarke für medizinische Zahnpasta von Dr. Theiss Naturwaren, feiert ihr 100-jähriges Jubiläum mit einem TV-Spot, der komplett mittels künstlicher Intelligenz generiert wurde. Seven.One Media hat den innovativen Spot gemeinsam mit Havas Media & Havas Play entwickelt und bringt ihn zum Kampagnenstart heute Abend via Spotpremiere gleichzeitig auf allen TV-Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe sowie via Joyn auf die Bildschirme.

Statt gecasteter Protagonisten, aufwendiger Kulissen und Kostüme setzt der Spot auf die Kraft der KI, um die Geschichte von Lacalut in den letzten 100 Jahren zu erzählen. Fotorealistische Personen aus verschiedenen Jahrzehnten lächeln auf dieser Zeitreise in die Kamera, während die KI auch die Umgebungen und nostalgischen Stimmungen der jeweiligen Zeit lebendig werden lässt.

„Mit diesem KI-Spot schreiben wir TV-Geschichte“, **sagt Markus Messerer, Chief Commercial Officer von ProSiebenSat.1.** „Wir beweisen, dass KI nicht nur ein Buzzword ist, sondern ein mächtiges Werkzeug für kreative und emotionale Werbung. KI-Spots sind auch für Marken, die keine eigenen Bewegtbildspots haben oder ihre TV-Werbung auf unterschiedliche Zielgruppen zuschneiden möchten eine echte Chance.“

Der KI-Spot markiert die Rückkehr von Lacalut auf die Sender von ProSiebenSat.1 nach mehreren Jahren. „Anlässlich des 100. Geburtstags von Lacalut wollen wir die traditionsreiche Markenidentität in die

heutige Zeit transformieren.“, erklärt **Jonas Thielmann, Geschäftsführer Dr. Theiss Naturwaren GmbH.** „Der KI-Spot bringt genau diesen Wandel der Marke im Verlauf der Zeit auf den Punkt und ist damit Herzstück unserer breit angelegten Brandingkampagne. Die innovativen Ideen von Seven.One Media und Havas haben uns sofort überzeugt.“

Details zu Ausstrahlung des Lacalut-Spots:

- Der Lacalut-KI-Spot wird am 10. März direkt vor der Primetime zeitgleich auf allen sieben Sendern von ProSiebenSat.1 ausgestrahlt.

- In der Folge nutzt Lacalut bis Mitte Mai das Innovationsprodukt Audience TV, um den Spot auf den Sendern von ProSieben Sat.1 auszuspielen.

- Der KI-Spot von Lacalut wird zudem auch über die Grenzen von ProSiebenSat.1 hinaus im deutschen Fernsehen zu sehen sein.

„Die Zeitreise in die Vergangenheit im Spot ist gleichzeitig ein Blick in die Zukunft der Spotproduktion“ **ergänzt Sven Traichel, CEO bei Havas Media.** „Diese Kampagne ist ein Meilenstein für Lacalut und für die Spotproduktion in Deutschland. Wir freuen uns, dass wir hier als Agentur an Bord sein und diesen historischen Schritt mitgestalten dürfen.“

So entstand der KI-Spot:

Im Rahmen eines KI-Workshops hat die Seven.One Entertainment Group Einblicke in ihre KI-Aktivitäten gegeben und gezeigt, welche Möglichkeiten sich durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz für die Werbewirtschaft ergeben. **Markus Messerer erklärt**: “In intensiven Abstimmungen wurde schnell deutlich: Die innovativen KI-Lösungen von Seven.One Media passten perfekt zu den Anforderungen von Dr. Theiss. Der Workshop erwies sich als echter Enabler. Er legte den Grundstein für eine zukunftsweisende Zusammenarbeit, die neue Impulse für den Markt setzt.“

Die Seven.One AdFactory entwickelte daraufhin in enger Abstimmung mit Havas Media ein Moodboard, das die visuelle Richtung der Kampagne festlegte. Mithilfe von state of the art **Text-to-Image**-Tools entstanden elf nostalgische Szenen, die mit viel Liebe zum Detail mit einzelnen Accessoires wie Perlenketten, Hippiefrisuren oder zeitgemäßen Bärten, stufenweise optimiert wurden. Auch die

Architektur der Gebäude, die Menschen im Hintergrund und geparkte Oldtimer verankern die Szenen erkennbar in den passenden Jahrzehnten. Mithilfe neuer **Image-to-Video**-Technologien wurden die Bilder schließlich Schritt für Schritt in Videos verwandelt und die Protagonisten zum Leben erweckt.

Ebenfalls ein Novum: Sogar die **Musik** und der **Voice-over-Sprecher** wurden vollständig mit künstlicher Intelligenz aus textbasierten Eingaben in eine warme, sympathische Erzählerstimme überführt.

Das Ergebnis ist ein faszinierender Spot, der die Markengeschichte von Lacalut in lebensechter Detailtreue präsentiert.

Pressekontakt:
Felicitas Giese
Senior PR Managerin Business Communications / Sprecherin AI
Seven.One Entertainment Group
phone: +49 (0) 151 53 14 99 46
email: Felicitas.Giese@seven.one
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Media GmbH
Ein Unternehmen der

Die Seven.One Media ist die 100-prozentige Vermarktungstochter der Seven.One Entertainment Group. Diese vereint als deutschlandweit führendes, plattformunabhängiges Entertainment-Unternehmen mit Sitz in München-Unterföhring starke Sendermarken wie ProSieben und SAT.1, Joyn, die zentrale Entertainment-Plattform der Gruppe, sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Als agile Medien-Company hat die Group die Bedürfnisse ihrer Zuschauer:innen, User:innen und Kund:innen immer im Blick und entwickelt sich ständig weiter. Der Fokus auf lokale, relevante und Live-Inhalte sowie der Ausbau des eigenen Produktionsgeschäfts, sichert der Seven.One Entertainment Group unverwechselbare Inhalte für den deutschsprachigen Raum. Die eigenen Senderbrands bieten reichweitenstarke Content-Marken, über die ganz Deutschland spricht. Die hauseigene Seven.One Media ist einer der führenden Media-Vermarkter im deutschsprachigen Raum und gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich. Außerdem bündelt die Seven.One Entertainment Group alle Geschäftsfelder jenseits des Kerngeschäfts TV und Streaming in der Unit Growth & Revenue Diversification – vom boomenden Audio-Markt über hochwertige Live-Events bis zu Digital-Entertainment- und Influencer-Business für die jungen Zielgruppen.