

**4700BC und Netflix: Eine außergewöhnliche Partnerschaft, die das Heimkino-Erlebnis im Jahr 2024 neu definiert hat**



Im September 2024 ging 4700BC, Indiens führende Premium-Snackmarke, eine der bedeutendsten Kooperationen seiner Geschichte ein – eine Partnerschaft mit Netflix, die das Filmerlebnis zu Hause auf ein völlig neues Niveau hob. Diese Zusammenarbeit brachte zwei Marken zusammen, die auf ihre eigene Weise kulturelle Gewohnheiten verändert haben: Netflix, der globale Streaming-Gigant, der die Welt des Geschichtenerzählens revolutioniert hat, und 4700BC, die Marke, die Popcorn von einem einfachen Snack zu einem Gourmet-Genuss erhoben hat.

Kern der Kooperation war eine entscheidende Erkenntnis: Während indische Konsumenten im Kino gerne süß und salzig mischen, gab es zu Hause nie eine echte Möglichkeit, dieses Erlebnis nachzuempfinden. Genau hier setzten 4700BC und Netflix an. Mit den beiden exklusiven Sorten Sweet & Salty und Cheese & Caramel entstand ein Produkterlebnis, das

die Vielfalt von Geschichten und die Vielfalt von Geschmack miteinander verbindet. Der Leitgedanke lautete: „Best Enjoyed Together“ – eine Hommage an das Zusammenspiel aus Aromen und Emotionen.

Die Kampagne zur Markteinführung wurde von Filmregisseur und Kulturikone Karan Johar sowie den Fernsehpersönlichkeiten Karan Wahi und Karanvir Bohra getragen. Der Werbefilm begann mit dem ikonischen „Who's Watching?“-Screen von Netflix – einem Moment, den Millionen Menschen weltweit täglich erleben. Was folgte, war ein humorvoller Austausch über Lieblingsgenres und Lieblingsgeschmacksrichtungen, bis Karan Johar die Szene mit seinem charakteristischen Charme auflöste und süß und salzig vereint – ein Sinnbild dafür, worum es in dieser Zusammenarbeit ging: manche Dinge entfalten ihre Magie erst gemeinsam.



**Chirag Gupta, Gründer von 4700BC**, fasste es so zusammen: „*Popcorn und Unterhaltung gehören seit jeher zusammen. Netflix hat das Wohnzimmer zum neuen Kino gemacht – wir wollten das Erlebnis des Kinogenusses in diese Wohnzimmer bringen. Diese Sorten wurden geschaffen, um das Zuschauen noch intensiver, lustiger und genussvoller zu machen.*“

**Sreejit Nair, CEO von 4700BC**, ergänzte: „*Netflix steht für herausragendes Storytelling. Wir stehen für herausragenden Geschmack. Diese Partnerschaft vereinte beides auf einzigartige Weise.*“

Die Sorte Sweet & Salty brachte das weltweit beliebte Kettle-Popcorn in einer fein abgestimmten Harmonie nach Indien. Cheese & Caramel wurde schnell zum Favoriten: eine Kombination aus dem charakteristischen Cheddar-Profil von 4700BC und dem handwerklich hergestellten Himalayan Salt Caramel. Diese Aromen waren nicht bloß Gewürze – sie waren sorgfältig konstruierte Geschmackserlebnisse, die Spannung und Genuss perfekt begleiten.

Entwickelt wurden die beiden Sorten nach monatelanger sensorischer Forschung. Das Team untersuchte, wie Geschmack sich auf Stimmung auswirkt, wie Menschen je nach Genre snacken und wie Aromen das emotionale Erleben von Filmen und Serien verstärken können. Ziel war es, ein Ritual zu schaffen – ein Instinkt, der sich jedes Mal einstellt, wenn Netflix geöffnet wird.



Produziert wurden beide Varianten in der hochmodernen Anlage von 4700BC, die **BRCA-zertifiziert, US-FDA-zugelassen und Halal-zertifiziert** ist und sämtliche globalen **GMP-Standards** erfüllt. Jede Charge durchlief strenge Qualitätsprüfungen, um Konsistenz und Frische sicherzustellen.

Bis Ende 2024 entwickelte sich die Kooperation zu einer der erfolgreichsten Co-Branding-Snackpartnerschaften des Landes. Die beiden Marken schufen ein kulturelles Ereignis, das weit über klassische Produktwerbung hinausging. Popcorn wurde nicht mehr als beiläufiger Snack gesehen, sondern als integraler Bestandteil des Storytelling-Erlebnisses. Die Resonanz in sozialen Medien, der steigende Absatz und die starke Präsenz im Handel machten deutlich, wie wirkungsvoll diese Partnerschaft war.

Für 4700BC war diese Zusammenarbeit ein Meilenstein auf dem Weg zu einer modernen, kulturprägsamen Snackmarke. Für Konsumenten war sie eine neue Art, Momente zu genießen. Oder wie es Chirag Gupta formuliert: „Außergewöhnliche Geschichten verdienen außergewöhnliche Snacks.“