

Tokmanni yllättää jälleen, nyt suomalaisen savusaunan lauteilla kuvatulla mustavalkoisella mainosfilmillään
– ”Saunassa tehdään vain reiluja kauppoja”, vichyä kauppaa herra Hartwall painottaa



”Saunassa tehdään vain reiluja kauppoja.” Mainosfilmeistä tuoreimmassa herra Tokmanni tapaa herra Hartwallin suomalaisen savusaunan löylyissä.

Tokmanni-halpakauppaketjun valtavaa suosiota nauttivien mainosfilmien kavalkadi jatkuu ensimmäistä kertaa mustavalkoisena versiona. Nyt suomalaisen savusaunan kuumissa löylyissä hierotaan kauppoja ”Suomen vahvimasta vedestä”, rakastetusta klassikosta jo vuodesta 1836.

Toukokuussa esitysvuorossa olevassa, [Herra Tokmanni ja Vichy Original -kaupat savusaunan lauteilla -nimisessä mainosfilmissä](#) herra Hartwall assistentteineen tavataan löylyistä amerikkalaisen ja ranskalaisen kauppamiehen kanssa.

Kaupanteko miljoonasta litrasta suomalaisten ylpeyttä, [Hartwallin Vichy Originalia](#), ei ota sujuakseen. Painostavat neuvottelut katkeavat, kun *Herra Hartwallin* kiukaalle heittämä kipakka kauhallinen saa ranskaksi ja englanniksi haastavat vieraat kaikkoamaan lauteilta. ”Saunassa tehdään vain reiluja kauppoja”, herra Hartwall toteaa.

Vichyn myynti jää haaveeksi, kunnes savusaunan hämärästä esiin tulevat tutut kasvot. ”Herra Hartwall, ehkä minä voisin olla avuksi.” Ja lopunhan jokainen meistä jo tietääkin.

– Elokuvallinen, nyt ensimmäistä kertaa mustavalkoinen mainosfilmimme *herra Tokmannin* työarjesta muistuttaa lähestyvistä kesäilloista, reilusta kaupanteosta sekä siitä, että tarvittava apu voi löytyä yllättävänkin läheltä, muun muassa markkinoinnista Tokmannilla vuodesta 2021 vastannut kaupallinen johtaja **Veli-Pekka Ääri** kertoo.

– Koemme kolmen perinteikkään ja erittäin tunnistettavan suomalaisen brändin – Vichy Originalin, Hartwallin ja Tokmannin – viemisen supisuomalaiseen kesäsaunaan tarinankerronnallisesti äärimmäisen mielenkiintoisena.

Meidän kaikkien iloksi tarinallamme on myös vahva totuuspohja. Ei tule kesää ilman vichyä, Hartwallia ja Tokmannia – eikä *herra Tokmannia*, hän jatkaa.



"Ehkä minä voisin olla avuksi", herra Tokmanni ehdottaa Vichy Original -kaupat ulkomaalaisten kauppamiesten kanssa menettäneelle herra Hartwallille savusaunan lauteilla.

Tokmannin mainosfilmit luodaan aina hyvässä yhteistyössä

Tokmanni-halpakauppaketju on esitellyt vuodesta 2016 lukuisia mainosfilmejä *herra Tokmannin* ostosmatkoilta eri puolilta maailmaa. Filmeissä *herra Tokmanni* on vierailut kattavasti myös Suomessa, esimerkiksi [Kouvolan Lakritsin lakutehtaalla Kouvolassa](#), [Hartwallin juomatehtaalla Lahdessa](#), [Novitan käsityölankatehtaalla Kouvolan Koriolla](#), [Hau-Haun Nokian Nappulatehtaalla Nokialla](#) ja [Orthexin säilytyslaatikkotehtaalla ja -varastolla Lohjalla](#).

Tokmannin mainosfilmit luodaan aina hyvässä hengessä kotimaisia ja kansainvälisiä brändejä edustavien valmistajien ja tavarantoimittajien kanssa, Ääri kertoo.

– Tokmanni ja siten myös *herra Tokmanni* ovat helposti lähestyttäviä, reiluja ja hyväntahtoisia – kuin kaikkien kavereita. Haluamme tämän näkyvän myös mainosfilmeissämme. Esimerkiksi mainosfilmiemme tarinoita suunnittelemme aina aidosti yhdessä niihin mukaan haluavien yhteistyökumppaneidemme kanssa.

Tokmannin mainosfilmeihin ei jouduta, vaan halutaan, Ääri painottaa.

– *Herra Tokmannin* tarinan kuljettamisessa ja tietysti myös ihan jokapäiväisessä halpakaupan arjessa kaipaamme sujuvaa yhteistyötä meille tärkeiden tavarantoimittajien kanssa.

– Ilahduttavan monet kanssamme kauppoja tekevistä tavarantoimittajista haluavat kutsua *herra Tokmannin* kylään myös asiakkaillemme esitettävien mainosfilmien muodossa. Tämä paitsi syventää yhteistyötämme myös vilkastuttaa kyseisten tuotteiden kaupankäyntiä.



Vichy-kauppoja saunan lauteille solmimaan saapuneiden amerikkalais- ja ranskalaiskauppamiesten painostava neuvottelutaktiikka ei lämmitä herra Hartwallia. Kiukaasta lämpöä sen sijaan piisaa, mikä saa ulkomaalaisiin lopulta vauhtia.

Tokmannin markkinointi kerää valtavasti myönteistä huomiota

Tokmannin markkinointi on saanut huimasti kiitosta ja lukuisia huomionosoituksia vuosien varrella. Pitkäikäinen, jo vuonna 2016 lanseerattu markkinointikonsepti onkin parantanut Tokmannin brändimielikuvaa ja tarjonnut eväitä liiketoiminnan kasvuun.

- Vuonna 2025 Tokmannin markkinointikonsepti voitti sekä kirkkaimman Grand Effien että Erikoissarjan kultaa arvostetussa Effie Awards Finland 2024 -kilpailussa.
- Vuonna 2020 Tokmannin kesän mainosfilmi *"Herra Tokmannin paluu"* palkittiin mediakonserni Sanoman kesäkuun Kuukauden kamppis -kunnianosoituksella.
- Vuonna 2019 Tokmannin omiin tuotemerkkeihin lukeutuvan Brücken lanseerausmarkkinointi palkittiin Vuoden paras lanseeraus -palkinnolla markkinoinnin tuloksellisuutta mittaavassa AdProfit 2018 -kilpailussa. Samana vuonna Brücken markkinointikampanja palkittiin pronssisella Effie-palkinnolla Effie Awards Finland 2018 -kilpailussa.
- Vuonna 2017 Tokmanni voitti AdProfitin palkinnon vuoden 2016 parhaasta kampanjasta, Grand Onen parhaan verkkomainoksen palkinnon Facebook Live -lähetyksellään "Hinnanjuhlat", Kuukauden Parhaat Sekunnit -filmisarjan mainosfilmillään *"Herra Tokmanni ja Sebastian Très-Aimé"* sekä Markkinointi&Mainonta-lehden ja MARK Suomen Markkinointiliiton myöntämän Vuoden 2016 markkinointiteko -palkinnon.
- Vuonna 2016 Tokmanni palkittiin Vuoden Huiput 2015 -kilpailun äänimainonnan pääpalkinnolla.



Tokmannin mainosfilmeissä esiintyvän herra Tokmannin on tavattu ajavan Suomen ja Tokmannin asiakkaiden etuja paitsi sinnikkäästi myös rehdisti ja kohteliaasti.

TOKMANNI

Lisätietoja:

Veli-Pekka Ääri
kaupallinen johtaja
Tokmanni

puh. 040 655 5257
veli-pekka.aari(at)tokmanni.fi

Maarit Mikkonen
sijoittajasuhde- ja viestintäpäällikkö
Tokmanni

puh. 040 562 2282
maarit.mikkonen(at)tokmanni.fi

Tokmanni Group Oyj on yksi Pohjoismaiden johtavista halpakauppakonserneista. Yli 6 000 kaupan alan ammattilaista helpottaa ihmisten arkea ja juhlaa tarjoamalla monipuolisen ja ajankohtaisen valikoiman pohjoismaisia ja kansainvälisiä merkkituotteita sekä muita laadukkaita tuotteita aina edulliseen hintaan Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa. Yli 380:n Tokmanni-, Dollarstore-, Big Dollar-, Click Shoes- ja Shoe House -myymälänsä sekä verkkokauppojensa ansiosta Tokmanni-konserni on aina lähellä palvelemassa asiakkaitaan. Lisäksi Tokmanni-konsernilla on ollut yksinoikeus myydä SPAR-tuotteita ja hyödyntää SPAR-brändiä Suomessa vuodesta 2025 lähtien. Vuonna 2024 Tokmanni-konsernin liikevaihto oli 1 675 miljoonaa euroa ja vertailukelpoinen liikevoitto 100 miljoonaa euroa. Tokmanni Group Oyj:n osakkeet on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalle.