



10.06.2003 - 16:30 Uhr

Coca-Cola und "Chihuahua"

Brüttisellen (ots) -

Man nehme einen Mambo aus den 30er-Jahren, mische diesen neu ab und füge Coca-Cola hinzu - das Ergebnis ist ein erfolgreicher TV-Spot und daraus resultierend ein spanischer Hit. Dieser Erfolg scheint sich nun auch in der Schweiz fortzusetzen.

Die enge Verbindung zwischen Musik und Werbung ist hinlänglich bekannt, doch manchmal kann die Verknüpfung zwischen Markenname, Musik und Verbraucher so stark werden, dass das Ergebnis das eigentliche Marketingziel übertrifft und sich zu einem eigenständigen kulturellen Phänomen entwickelt.

Genau das geschah letzten Sommer in Spanien mit der "Chihuahua"-Werbe-kampagne. Der TV-Spot wurde nicht nur zur meistdiskutierten Kampagne des ganzen Jahres, sondern der dazugehörige Soundtrack schoss gleichzeitig an die Spitze der Charts - "Chihuahua" wurde zum Synonym für das Coca-Cola-Feeling, in dessen Mittelpunkt Fröhlichkeit und Spass mit Freunden stehen.

Der "Chihuahua" TV-Spot wird nun diesen Sommer auch in der Schweiz ausgestrahlt. Die Idee des TV-Spots besteht darin, Coca-Cola als eine Marke darzustellen, die alltägliche Situationen in magische Momente verwandeln kann. Die Story spielt in einer U-Bahn, in der ein Rastafarier und Strassenmusikant den Waggon betritt und auf seiner Gitarre einen melancholischen Blues-Song anstimmt. Anstatt ihm jedoch einige Münzen zu geben, lässt ihn einer der Fahrgäste einen Schluck aus seiner Coke nehmen - und die Wirkung tritt sofort ein! Mit neuer Energie ausgestattet, wechselt der Rastaman nun in den wiegenden Rhythmus eines Mambo-Stücks und fordert zunächst alle Fahrgäste und schliesslich auch noch den Fahrer auf, in den Refrain von "Chihuahua" einzustimmen. Der Wandel in Verhalten und Zielsetzung ist perfekt gelungen.

Auch in der Schweiz ist der DJ Bobo Song "Chihuahua" bereits ein voller Erfolg und die Symbiose erfährt eine Fortsetzung. Hier die Geschichte zum Song: Coca-Cola Spanien suchte einen Interpreten, der eine Neuversion des Songs verfasste. Der Schweizer Künstler DJ Bobo erhielt den Auftrag diese neue Version zu komponieren und produzieren. Es entstand eine Mambo, bei dem Musik und Text vollkommen neu waren und nur die Textzeile "Chihuahua" aus dem Original-Song übernommen wurde. Rasch entwickelte sich der Song zum Sommerhit und katapultierte sich innerhalb weniger Wochen an die Spitze der spanischen Charts - und auf der CD-Hülle war das Wort "Chihuahua" im Coca-Cola-Schriftzug zu sehen. Der Song erreichte Platz 1 in den spanischen Top 40 und Platz 2 in der prestigeträchtigen Hitliste des Billboard-Magazins. In der Schweizer Hitparade belegt "Chihuahua" zurzeit Platz 2, war in Italien auf Platz 2, Platz 3 in Frankreich, Nummer 1 in der Hitparade von Mexiko sowie Platz 8 der Top 50 in Belgien und sogar in Tschechien landete er auf Platz 2.

Das Wort "Chihuahua" fand sogar Eingang in die Alltagssprache und

wurde als Ersatz für "OK" oder "cool" verwendet und mit einem Ausdruck von Optimismus gleichgesetzt. In Italien grüssen sich die Jungen bereits mit "Chihuahua" anstelle des üblichen "Ciao".

Kontakt:

Sabine Baumgartner
Coca-Cola AG
Tel. +41/1-835'94'74
Fax +41/1-835'94'73
E-Mail: sabaumgartner@eur.ko.com
Internet: www.coca-cola.ch und www.cokeconcert.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000818/100463898> abgerufen werden.