

10.05.2016 – 14:02 Uhr

Der Sport der Zukunft hebt ab: Mountain Dew® und DR1 Racing werden Partner

Mountain Dew stößt beim neuesten Action-Sport auf Drohnen, viele Neuheiten

Purchase, New York (ots/PRNewswire) – Die Drohnenindustrie ist elektrisiert. Mountain Dew® und DR1 Racing, eine neue Rennserie für Drohen, haben eine weltweite Partnerschaft angekündigt -- die erste zwischen zwei Marken im Drohnenrennsegment. DEW, seit über 20 Jahren ein Champion im Bereich Action-Sports, übernimmt eine Führungsposition im Drohnensegment mit verschiedenen Neuheiten: Das DR1 Invitational presented by Mountain Dew, eine einstündige Sondersendung, die im August in den USA ausgestrahlt wird, ist die erste Sendung ihrer Art in diesem Segment, und DEW tritt als erster Markensponsor eines Drohnenrennpiloten auf. Außerdem wird DR1 als erste Liga der Welt live auf Twitch gestreamt unter Twitch.tv/DR1Racing.

Foto - <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160509/365116>

"Mountain Dew ist eine schnell wachsende globale Marke, die schon immer ein authentischer Katalysator für einen Riesenspaß war -- egal, für welche Leidenschaft das Herz schlägt", sagte Carla Hassan, SVP, Global Brand Management, Global Beverage Group, PepsiCo. "Drohnenrennen sind ein elektrisierender Sport, der den modernen, abenteuerlustigen Geist der DEW Nation perfekt verkörpert. Wir sind begeistert über unsere Partnerschaft mit DR1. Wie wollen diesen Sport und das Segment mit der Power und Leidenschaft der DEW Nation, die dahintersteht, auf das nächste Level heben."

DR1 Invitational presented by Mountain Dew

Beim DR1 Invitational presented by Mountain Dew kämpfen 12 der besten Drohnenrennpiloten der Welt am ikonischen Sepulveda-Damm in Los Angeles (Kalifornien) um den Titel. Die Piloten fliegen die Drohnen von oben auf dem Damm durch einen Parcours von natürlichen und künstlichen Hindernissen mit Geschwindigkeiten von über 80 mp/h (130 km/h), während das Publikum von oben zuschaut. Über zwei Tage werden Vorausscheidung, Qualifikation und Finals ausgetragen.

"Im vergangenen Jahr ist die Beliebtheit von Drohnenrennen explosionsartig gewachsen, und wir freuen uns den Sport durch unseren eigenen Stil und unser eigenes Format zu bereichern", sagte Brad Foxhoven, Gründer von DR1 Racing und Ausrichter des DR1 Invitational presented by Mountain Dew. "Besonders begeistert sind wir wegen der vielen Neuheiten, die wir für den Sport vorstellen, wie einen TV-Sendepartner, weltweites Streaming durch Twitch und verschiedene globale Markensponsoren."

Weitere Informationen zum Invitational und zu DR1 finden Sie unter Twitch.tv/DR1Racing.

Eigener Mountain Dew-Drohnenpilot

Neben DR1 ist Mountain Dew die erste Marke, die einen Drohnenrennpilot unter Vertrag nimmt und sponsert: DR1-Drohnenrennpilot Tommy "Ummagawd" Tibajia aus Huntington Beach (Kalifornien). Tibajia, den viele für einen der größten Namen im Drohnenrennsport halten, konnte im vergangenen Jahr viele Erfolge verzeichnen, darunter den 1. Platz bei den Drone Nationals 2015 und den 1. Platz beim IDRA California Cup 2015.

"Als ich das erste Mal die Brille aufsetzte, dachte ich sofort, genau so muss sich ein Superheld fühlen. Ich fliege weiter Rennen für den Nervenkitzel", sagte Tibajia. "Ich freue mich, dass ich als erster DEW-Drohnenrennpilot so eine kultige Marke repräsentieren und in ihrem Namen beim ersten DR1 Invitational antreten darf."

DR1 auf Twitch

DR1 hat auf der Streamingplattform Twitch unter Twitch.tv/DR1Racing einen eigenen Kanal (<http://twitch.tv/DR1Racing>) gestartet. Auf dem DR1-Kanal werden die Rennen weltweit gestreamt. Fans erhalten eine First Person View, wenn die Drohnen in rasender Geschwindigkeit durch den Hindernisparcours fliegen. Der DR1-Kanal auf Twitch bietet zudem an zwei Abenden pro Woche Live-Streaming mit verschiedenen Inhalten, die DR1 und den Lifestyle und die Kultur des Drohnenrennens unterstützen.

"Drone Hunting" jetzt Teil der globalen "Do the DEW"-Kampagne

Die globale Partnerschaft mit DR1 geht auf eine Aktion der Marke mit dem begeisternden Sport Anfang des Jahres

zurück. In einer Kombination aus Motocross, Jagd und Drohnenrennen hat Mountain Dew eine begeisternde, noch nie dagewesene Sportart geschaffen -- "Drone Hunting" --, die jetzt Teil einer neuen globalen TV- und digitalen Werbeaktion ist. Der actiongeladene Werbespot ist das Hauptelement in einem neuen Jahr der kultigen globalen "Do The DEW"-Marketingaktion und bringt der Welt eine Sportart näher, die nur das Produkt der grenzenlosen Vorstellungskraft von Dew-ers sein kann. "Drone Hunting" können Sie hier anschauen:
<https://www.youtube.com/watch?v=zryW3mGUsa0>

Die Kreativkampagne "Do The DEW" läuft dieses Jahr in verschiedenen Ländern auf vier Kontinenten und ist Headliner einer Markenkampagne, die das ganze Jahr über andauert und die DEW Nation per TV, digitale Medien, soziale Medien, Radio, Druckmedien und Außenwerbung erreicht.

Informationen zu DR1

DR1 ist eine Top-Rennserie für Drohen, bei der sich die besten Piloten, Drohnen und Austragungsorte zu einer hochoktanigen Sportliga zusammenfinden. DR1 mit Sitz in Los Angeles (Kalifornien) ist eine globale Rennserie. Als erstes Event wird das "DR1 Invitational presented by Mountain Dew" im August auf Discovery Channel zu sehen sein. Weitere Informationen finden Sie unter DR1-Racing.com und Twitch.tv/DR1Racing.

Informationen zu PepsiCo

Produkte von PepsiCo werden von Verbrauchern in über 200 Ländern und Gebieten auf der ganzen Welt täglich eine Milliarde Mal genossen. PepsiCo hat 2015 mit seinem komplementären Nahrungsmittel- und Getränkeangebot, zu dem Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker und Tropicana gehören, Nettoeinnahmen von über 63 Milliarden US-Dollar erzielt. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine breite Palette schmackhafter Nahrungsmittel und Getränke, darunter 22 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar im Verkauf umsetzen. Das zentrale Motto bei PepsiCo lautet "Performance with Purpose" (Erfolg mit Verantwortung): Darunter versteht sich unser Ziel ein erstklassiges Finanzergebnis zu erzielen und gleichzeitig nachhaltiges Wachstum und Aktionärswert zu schaffen. In der Praxis bedeutet "Performance with Purpose" eine breite Palette an gesunden und Genuss schaffenden Nahrungsmitteln und Getränken anzubieten, Umweltbelastungen auf innovative Weise zu reduzieren und unsere Betriebskosten zu senken, weltweit eine sichere und inklusive Arbeitsplatzkultur zu fördern und in die Kommunen, in denen wir angesiedelt sind, zu investieren und diese zu respektieren und zu fördern. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com.

Kontakt:

Pressekontakt: Nicole.Tronolone@pepsico.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100787739> abgerufen werden.