

14.07.2016 – 14:01 Uhr

Bildlich gesprochen: "Love: From Cave To Keyboard, Imagined By Pepsi®" erzählt die Geschichte der nonverbalen Kommunikation in neuer interaktiver Ausstellung

Weltweite Feier aus Anlass des World Emoji Day mit Maggie Gyllenhaal and LION BABE

Purchase, New York (ots/PRNewswire) - #PEPSIMOJI -- Von Hieroglyphen zu Piktogrammen -- die Kommunikation zwischen Menschen hat sich ohne Zweifel weiterentwickelt. Die nonverbale Kommunikation hat aber schon immer Grenzen überschritten, Kulturen zusammengebracht und Bände gesprochen, ohne jemals ein Wort zu verlieren. Heute ist die Welt der Kommunikation durch Emojis bereichert, diese drolligen, emotionsgeladenen und visuell überraschenden, rundlichen digitalen Bilder, die die Grenzen dessen sprengen, was man allein mit der Tastatur ausdrücken kann. Aus Anlass des World Emoji Day am 17. Juli und seiner globalen #PepsiMoji-Kampagne (<http://www.multivu.com/players/English/7812851-say-it-with-pepsi/>) eröffnet Pepsi® eine interaktive Ausstellung, die die Geschichte erzählt, wie die Liebe im Wandel der Zeiten ausgedrückt wurde.

Foto - <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160712/388880>

Love: From Cave to Keyboard, imagined by Pepsi erzählt die Evolution der Kommunikation durch das emotionale Objektiv der Liebe -- von primitiven Radierungen auf Erdwällen zu bildhaften Hieroglyphen, handgemalten Symbolen zu Bildschirmsymbolen, von <3 zur sinnhaften Sprache von heute: Emojis.

"Diese immersive Ausstellung ist inspiriert durch die moderne Kommunikationsvielfalt und unser ureigenes Emoji, den ikonischen Pepsi Globe, und die mehr als 1.000 PepsiMoji-Eigenentwürfe, die für unser globales PepsiMoji-Programm entstanden sind. Sie erzählt die Geschichte der Bildsprache und des kulturellen Dialogs aus einer ganz besonderen, vergnüglichen Perspektive", sagte Carla Hassan, SVP Global Brand Management, Global Beverage Group, PepsiCo.

Bei der zeitlich begrenzten Ausstellung geht der Besucher auf eine Zeitreise durch verschiedene Kommunikationsmedien, zum Beispiel:

- Stummfilm: In einem für zwei gebauten Kino im Art-Deco-Stil werden die Gäste in das Zeitalter des altherwürdigen Kinos zurückversetzt. Der Film zeigt große Momente der Liebe, im Stummfilm festgehalten und erzählt von der Golden-Globe-Preisträgerin Maggie Gyllenhaal
- Musik: In einem sensorischen, immersiven Showcase kann man die transformative Kraft der Musik zum Ausdrücken von Gefühlen erleben in einer Sondervorstellung von DJ set from Soul / R&B-Duo LION BABE
- Bilder & Symbole: Eine der kultigsten weiblichen Comicfiguren -- die Kreation des legendären Comiczeichners Max Fleischer -- und ein weltweites Portrait der Liebe Betty Boop (#booplove) erhält ein modernes Makeover für die Generation von heute, samt eigenem PepsiMoji-Design und überlagerter Augmented Reality, die sie zum Leben erweckt
- Gebärdensprache: Eine Darbietung von Amelia Hensley, Daniel Durant, Miles Barbee und Treshelle Edmonds -- Ensemblemitglieder in der für einen Tony nominierten Produktion von Spring Awakening, produziert von Deaf West Theater -- erzählt die Geschichte einer blühenden jungen Liebe mit Bammel vor dem ersten Date, einzig und allein durch das wunderschöne und ungemein ausdrucksstarke Medium der Gebärdensprache
- Fotografie: Die Ausdruckskraft der Fotografie wird präsentiert in einer Sammlung kuratierter Fotos. Die Fotografie ist eines der persönlichsten und wertvollsten Medien für das Festhalten von Erinnerungen, Erzählen von Geschichten und Verewigen von Bildern unserer Lieben. Fotos der Instagram-Fotografen Daniel Arnold ([@arnold_daniel](https://www.instagram.com/arnold_daniel/) (https://www.instagram.com/arnold_daniel/)), @Roon (<https://www.instagram.com/roon/>) und @JoshFromNY (<https://www.instagram.com/joshfromny/>) erzählen einige dieser

Geschichten in Echtzeit und schaffen ein fotografisches Mosaik verschiedener Ausdrucksformen der Liebe der Ausstellungsbesucher selbst

- Kommunikation in der Antike: Eine interaktive Rückschau der frühgeschichtlichen Form von "Liebesbekundungen" durch Höhlenzeichnungen, Rauchsignale, Hieroglyphen, Keilschrift, Gesänge, Symbologie, Morseschrift und andere historische Kommunikationsformen
- Der Siegeszug des Emoji: Die abschließende Installation zeigt die Evolution und viele Inkarnationen moderner Emojis. Zu sehen ist dort auch "Heart", eine Originalskulptur des Künstlers Shinji Murakami aus Brooklyn, der ein 8-Bit-Retrobild eines Herz-Emojis in 3D zum Leben erweckt. Die Installation mündet in ein immersives PepsiMoji-Erlebnis samt Gesichtserkennungstechnologie, wo Ihr Gesichtsausdruck für soziale Netzwerke mit einem PepsiMoji-Design kombiniert wird.

Die Ausstellung Love: From Cave to Keyboard, imagined by Pepsi öffnet ihre Türen am Donnerstag, den 14. Juli für eine geschlossene, starbesetzte Feier und danach für das allgemeine Publikum. Die Ausstellung findet im Herzen von SoHo in Manhattan statt (433 Broadway). Der Eintritt ist frei, die Öffnungszeiten sind von 10.00 - 18.00 Uhr am Samstag, den 16. Juli, und Sonntag, den 17. Juli.

In diesem Jahr hat Pepsi die weltweite Bildschriftsprache -- Emojis -- offline gebracht und im Rahmen der Kampagne "Say It With Pepsi" (<http://www.multivu.com/players/English/7812851-say-it-with-pepsi/>) mehr als 1.000 eigene PepsiMoji-Designs in über 100 Märkten vorgestellt und damit Menschen auf der ganzen Welt auf ganz besondere und provokante Art und Weise zusammengebracht. Das PepsiCo Design & Innovation Center hat einen Katalog aus weltweit und lokal relevanten Designs für eine universelle Markenbildsprache kreiert. Wenn Sie den kompletten Katalog erleben möchten, laden Sie die PepsiMoji Keyboard App kostenlos vom Apple App und Google Play Store herunter.

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: Pepsi Global Public Relations
Nicole.Tronolone@pepsico.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100790713> abgerufen werden.