

08.02.2017 - 09:03 Uhr

## Pepsi® feiert ansteckende Momente der Superfan-Leidenschaft

IM ZWEITEN JAHR SEINER GLOBALEN PARTNERSCHAFT MIT DER UEFA CHAMPIONS LEAGUE BELOHNT PEPSI DIE FANS AUF DER GANZEN WELT, DIE DEN MOMENT GENIESSEN

*Purchase, New York (ots/PRNewswire)* - #PEPSIMOMENT - 2017 ist das Jahr, in dem Pepsi® die Hier-und-jetzt-Momente des Lebens feiert. Momente, wo wir entscheiden loszulassen, uns zum Handeln bewegen, unserer Leidenschaft folgen und wo uns nichts zurückhält. Und es gibt keinen besseren Hier-und-jetzt-Moment als den Moment entfesselter Leidenschaft eines echten Fußballfans. Im zweiten Jahr der Partnerschaft zwischen PepsiCo und der UEFA Champions League stellt die Fußballkampagne die erste Phase der globalen "Momente"-Plattform der Kultmarke Pepsi dar. Die kalorienfreien Produkte der Marke stehen dabei im Mittelpunkt.

Die Pressemitteilung im interaktiven Multimediaformat finden Sie hier: <http://www.multivu.com/players/de/8034651-pepsimoment-football/>

Mit Sergio Agüero, Alexis Sánchez and Vincent Kompany konnte Pepsi 2017 Spitzensportler gewinnen, die dabei helfen werden, im Vorfeld Begeisterung für das Endspiel der UEFA Champions League am 3. Juni in Cardiff (Wales) zu entfachen.

Brad Jakeman, President der Global Beverage Group bei PepsiCo, sagte: "Pepsi wird im ganzen Jahr die verschiedensten Momente feiern -- von unvergesslichen Alltagsmomenten bis hin zu wahrhaft sagenhaften Momenten wie das Endspiel der UEFA Champions League. Pepsi ist einer der kultigsten Förderer und längsten Fans der schönsten Sportart der Welt. In diesem Jahr verlegen wir unsere globale Fußballkampagne vom Spielfeld auf die Tribüne. Wir feiern und entfachen die ansteckende Leidenschaft unserer Fans und zeigen der Welt, wie viel es bedeutet, das Spiel zu leben und zu lieben."

Mit einer filmischen Superfan-Hymne "We Know How Much It Means ([https://youtu.be/m1zB\\_mLAhbg](https://youtu.be/m1zB_mLAhbg))" rückt Pepsi die Fans mit den zahlreichen Momenten der Leidenschaft während eines Fußballspiels ins Rampenlicht -- von der Spannung und dem Geplänkel vor dem Spiel durch die Gefühlsachterbahn während des Spiels bis zum Ausbruch der Freude oder der Enttäuschung beim Abpfiff. Pepsi will zeigen, welche Bedeutung diese Momente der Leidenschaft sowohl beim Kicken im Park unter Freunden als auch in den prachtvollen Stadien auf der ganzen Welt haben.

Die inhaltsstarke Kampagne wird in ca. 75 Ländern aufgelegt, um die Leidenschaft der Fans von den KO-Runden bis zum Endspiel der UEFA Champions League zu entfachen und weiterzugeben. Neben kreativen Inhalten kommt die Leidenschaft der Fans in einem Designprogramm zum Ausdruck, das die blauen, schwarzen und silbernen Pepsi-Markenprodukte auf Verpackungen, Außenwerbung und Ladendisplays ziert. Die Verbreitung exklusiver Always-on-Inhalte und über soziale Medien teilbarer kreativer Inhalte wird durch eine globale Partnerschaft mit den führenden Fußballfan-Autoritäten Copa90 und Bleacher Report unterstützt. Durch diese innovative Partnerschaft entstehen einzigartige Onlineinhalte mit verschiedenen kreativen Fans auf der ganzen Welt, um der wirklich authentischen Fußballleidenschaft, wie sie Fans erleben, Ausdruck zu verleihen. Auf Mobilgeräten werden die Inhalte mit Facebook, Instagram Stories und Snapchat verlinkt. Bei einer Ticketverlosung können Superfans zeigen, wie weit sie für einen einmaligen Preis gehen würden: Eintrittskarten für das weltweit größte alljährliche Sportereignis, das Endspiel der UEFA Champions League.

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 unsere grundlegende Überzeugung, dass der Erfolg unseres Unternehmens untrennbar mit der Nachhaltigkeit der Welt um uns herum verbunden ist. Den Erfolg des Weltkonzerns PepsiCo stellen wir durch kontinuierliche Produktverbesserungen, nachhaltiges Wirtschaften zum Schutz unseres Planeten und Befähigung von Menschen auf der ganzen Welt sicher. So entsteht ein langfristiger Nutzen für die Gesellschaft und unsere Aktionäre. Weitere Informationen finden Sie unter [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com).

Informationen zur UEFA

UEFA - die Union of European Football Associations - ist das Führungsgremium für den europäischen Fußball und der Dachverband für 55 nationale Fußballverbände in ganz Europa. Sie kümmert sich um alle möglichen Fragen in Zusammenhang mit dem europäischen Fußball. Sie setzt sich ein für die Förderung des Fußballs im Geist von Einheit, Solidarität, Frieden, Verständnis und Fairplay und ohne jegliche Diskriminierung aufgrund von Politik, Rasse, Religion, Geschlecht oder aus irgendeinem anderen Grund. Sie ist Hüterin der Werte des europäischen Fußballs, unterhält Beziehungen mit allen Beteiligten im europäischen Fußball und unterstützt und hält ihre schützende Hand über ihre Mitgliedsverbände zum Wohl des europäischen Fußballs insgesamt.

Kontakt:

PepsiCo: Nicole Tronolone  
Nicole.Tronolone@pepsico.com

UEFA Media & Public Relations: media@uefa.ch / +41 (0) 848 04 27 27

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100798772> abgerufen werden.