06.03.2018 – 11:00 Uhr

Die Welt blau anmalen: Pepsi® lebt und liebt Fußball mit weltweiter Kampagne 2018

- Neue globale TV-Werbung bringt Fußball und die Spitzenspieler auf die Straßen -

- Kultverdächtige Fotografien in Verbindung mit lokaler künstlerischer Arbeit erzählt eine persönliche Geschichte über die besten Spieler der Welt, darunter der langjährige Pepsi-Markenbotschafter Leo Messi -

Purchase, New York (ots/PRNewswire) - #LOVEITLIVEIT - Im Laufe seiner Geschichte hat Pepsi® jeder Generation Freude gebracht und Fans durch sein Entertainment miteinander verbunden, das die Marke zu einer Ikone der Popkultur gemacht hat. Der weltweit beliebteste Sport in den Herzen und Gedanken der Menschen ist mehr denn je der Fußball und so kündigt Pepsi heute seine globale Kampagne 2018 unter dem Motto "LOVE IT. LIVE IT.FOOTBALL." an. Von Inhalten mit den berühmten Akteuren des Spiels, die man gemeinsam erleben kann, bis hin zu überraschenden Fußballmomenten und -erfahrungen wird es von Pepsi während des ganzen Jahres noch viel mehr zu lieben und zu (er)leben geben.

Sehen Sie sich hier die interaktive Multichannel-Medienmitteilung an:
https://www.multivu.com/players/de/7812852-pepsi-global-loveitliveit-football-campaign/

"Pepsi ist dafür bekannt, der Welt die legendären Helden und Hoffnungsträger des Fußballs nahezubringen, und zwar auf unerwartete und unterhaltsame Weise, die den Fans nie zuvor gesehene Seiten ihrer liebsten Spieler zeigt", sagte Natalia Filippociants, Senior Marketing Director, Global Pepsi Trademark, Global Beverage Group, PepsiCo. "Die enge Verbindung unserer Kultmarke, der Spieler und unserer gesamten Fans bei der Fußballerfahrung basiert auf der Liebe zu diesem Sport. In diesem Jahr werden wir das Fußballspielen in allem, was wir tun, mehr lieben und leben als je zuvor."

Die umfassende 360-Grad-Kampagne 2018 "LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL." verbindet Kunst und Sport, um dieses wunderbare Spiel ins Leben zu bringen - auf dem Platz und außerhalb - mit einer einmaligen, Freude machenden und gern geteilten Herangehensweise an diesen Sport und unserer Aufstellung mit internationalen Fußballern der Weltklasse:

- Der fünf Mal als Bester Spieler des Jahres ausgezeichnete und viermalige UEFA Champions League-Gewinner Leo Messi
- Der weltberühmte brasilianische Verteidiger und mehrfache UEFA Champions League-Gewinner Marcelo
- Der dreifache UEFA Champions League-Gewinner und deutsche Mittelfeldspieler Toni Kroos
- Die prämierte US-amerikanische Spielmacherin und zwei Mal als Beste Spielerin des Jahres ausgezeichnete Carli Lloyd
- Der englische aufsteigende Star und zweifach als Junger Spieler des Jahres ausgezeichnete Dele Alli

Die besondere künstlerische Ästhetik verbindet alle Elemente über das gesamte Pepsi-Markenzeichen und erweckt sie zum Leben - von den Verpackungen der limitierten Edition mit Spielerbildern und atemberaubender Außenwerbung, die man eher als Kunst denn als Werbung bezeichnen würde, bis hin zu digitalem "Daumen-Hoch"-Content und ein mit Spannung erwarteter Blockbuster-TV-Werbespot, der in mehr als 60 Märkten weltweit präsentiert wird.

Filmreife TV-Kreation

Die globale TV-Werbung "Love It. Live It. (https://www.youtube.com/watch?v=R4vg6AKi6bs&feature=youtu.be)", die neben der offiziellen UEFA Champions League-Partnerschaft der Marke ausgestrahlt wird, bringt fünf der besten Spieler der Welt auf die Straßen, für ein actionreiches und energiegeladenes Kicken mit Fans - und mit Farbe gefüllten Bällen. Die Starbesetzung des internationalen Pepsi-Teams 2018 - Leo Messi, Marcelo, Toni Kroos, Carli Lloyd und Dele Alli - zeigt ihre Fähigkeiten und Wendigkeit beim Rennen durch die lebhafte Menge, um Paintballs auszuweichen, die aus jeder erdenklichen Richtung kommen. Die Energie und Begeisterung wird greifbar, denn immer mehr Menschen wollen diesen Moment miterleben, beim Spiel mitmachen und feuern die Spieler an.

Wände, Fenster und Beteiligte werden von Kopf bis Fuß mit Farbe bespritzt. Mit dieser überraschenden Abwandlung des Spiels und einer Einladung an jeden, beim Spiel mitzumachen, bringt Pepsi den Fans wieder eine völlig neue Art und Weise näher, ihren Lieblingssport zu erleben. "Light it Up (feat. Nyla & Fuse ODG) (Remix)" von Major Lazer sorgt für den pulsierenden Soundtrack.

Die Kunst des Fußballs

Von Messis unaufhaltbarer Präsenz und Meisterschaft auf dem Rasen bis hin zu Marcelos hartnäckigem Spieltypus hat jeder der Sportler eine einzigartige Eigenschaft, die Pepsi in den Fokus rückt. Dazu wird eine Reihe von markanten Schwarz-Weiß-Porträts veröffentlicht, die vom renommierten Meisterfotografen Danny Clinch aufgenommen wurden.

Die Fotografien von Clinch, die das Wesen, den Charakter und die Energie jedes Team-Mitspielers von Pepsi erfassen, dienen als Leinwand für die ganz persönlichen künstlerischen Ebenen, die von bildenden Künstlern aus den Heimatländern der Sportler geschaffen und auf die Porträts übertragen wurden. Diego Jimenez (alias DIYE) (Argentinien), Bicicleta Sem Freio (Brasilien), Dennis Schuster (alias DXTR) (Deutschland), Kim Sielbeck (USA) und Iain Macarthur (UK) haben ihre eigenen grafischen Interpretationen jeder Spielergeschichte entworfen.

- Messi x Danny Clinch x DIYE: DIYE hat eine visuelle Metapher kreiert, den Lion, um Messi auf und außerhalb des Rasens widerzuspiegeln: ein explosiver Spielmacher und der unangefochtene König des Spielfelds, der ein großartiges Erbe weiterträgt.
- Marcelo x Danny Clinch x Bicicleta: die Energie und Wirkung des Kunstwerks von diesem künstlerischen Duo stehen im Einklang mit Marcelos Herz und Seele. Unterschiedliche Elemente dieser Geschichte verweisen auf Marcelos Interessen, seine Heimatstadt und seine unerschütterliche Hingabe an Familie und Fußball.
- Kroos x Danny Clinch x DXTR: Spielerische Illustrationen porträtieren Kroos als den "Maestro", einen präzisen Anführer auf dem Platz, der meisterhaftes Spiel mit unglaublicher Finesse inszenieren kann.
- Lloyd x Danny Clinch x Kim Sielbeck: Lloyds Dualität auf und außerhalb des Spielfelds -offensiv und unnachgiebig, aber auch eine Spielerin mit außerordentlicher Bescheidenheit - wird von Sielbeck durch eine Mischung rigider und organischer Elemente dargestellt, die eine wilde Landschaft komplexer Emotionen und Tiefe formen und in ihrem Innersten den stärksten Willen zum Gelingen reflektieren.
- Dele x Danny Clinch x Iain: Mit einem Verweis auf Deles ausgeprägten Sinn für Mode schaffen hier Formen und Muster die Bewegung, wobei alle Dinge auf Dele zufließen und so seine unkalkulierbare und doch meisterhafte und mutige Spielweise und Persönlichkeit deutlich machen.

Im Laufe des ganzen Jahres wird Pepsi weitere bahnbrechende Inhalte und Medienerfahrungen veröffentlichen, die es den Fans ermöglichen, diesen großartigen Sport wirklich zu lieben und zu leben, darunter:

- Persönliche Gespräche mit den Spielern
- Inhalte von der unangefochtenen Medienmarke für Fußball und Fankultur, COPA90
- Zugriff auf und Entertainment vom Finale der UEFA Champions League

Beteiligen Sie sich an den Online-Gesprächen mit Pepsi und #LOVEITLIVEIT.

Kontakt:

Nicole.Tronolone@pepsico.com
Informationen zu PepsiCo
Produkte von PepsiCo (NASDAQ : PEP) werden von Verbrauchern eine Milliarde Mal pro Tag in mehr als 200 Ländern und Regionen weltweit konsumiert. Durch ein umfassendes Portfolio an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker und Tropicana gehören, erzielte PepsiCo im Jahr 2016 einen Nettoumsatz von rund 63 Milliarden US-Dollar. Die Produktpalette von PepsiCo bietet ein breites Sortiment von

genussreichen Nahrungsmitteln und Getränken, darunter 22 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz erzielen.
Für PepsiCo steht "Performance with Purpose" im Mittelpunkt: Es ist unsere grundlegende Überzeugung, dass der Erfolg unseres Unternehmens untrennbar mit der Nachhaltigkeit der Welt um uns herum verbunden ist. Wir glauben, dass die ständige Verbesserung der von uns verkauften Produkte, eine verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit zum Schutze unseres Planeten und die Eröffnung neuer Möglichkeiten für Menschen in aller Welt die Grundlagen sind, um PepsiCo als ein weltweit erfolgreiches Unternehmen zu betreiben, das einen langfristigen Mehrwert für die Gesellschaft und unsere Aktionäre generiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com.

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100813056 abgerufen werden.