

31.05.2021 - 11:16 Uhr

Abserviervorschlag 2.0: PepsiCo geht mit Pepsi MAX Kampagne in die zweite Runde



Neu-Isenburg (ots) -

- "Zero Bock auf die Ex. Switch auf Pepsi MAX": Pepsi MAX Kampagne geht nach aufsehenerregender Berliner Himmelsschreiber-Aktion in die nächste Runde
- Umfangreiche 360-Grad-Kampagne: TV-Spot, kreative Digitalmaßnahmen und große Kooperation mit Rapper Ceru, dem absoluten Newcomer und Challenger der Hip Hop Szene
- Coupon-Aktion für Gratis-0,5-Liter-Kostprobe im Einzelhandel und aufmerksamkeitsstarke Promotion in Hamburger EDEKA Markt

Deutschlands Verbraucher können aufatmen. Die Zeit der Kompromisse und unglücklichen Beziehungen ist vorbei. Denn PepsiCo bringt den ultimativen Abserviervorschlag für alte Gewohnheiten: die Kampagne "Deine Ex. Deine MAX". Gestartet ist die Kampagne am 11. Mai in Berlin mit einem Paukenschlag! Via Himmelsschreiber machte PepsiCo mit der größten Konkurrenz Schluss, direkt über ihrer Zentrale, und ließ gleichzeitig einen PepsiCo Truck mit der Aufschrift "Deine Ex. Deine Pepsi MAX." daran vorbeifahren.

Nach dieser Kampfansage geht es nun mit dem Claim "Zero Bock auf die Ex. Switch auf Pepsi MAX" in die zweite Runde. PepsiCo wirbt mit einer umfangreichen 360-Grad-Kampagne unter dem Motto "Schmeck es selbst. Mach den Switch" für das Ablegen alter Gewohnheiten und den Wechsel zu Pepsi MAX. Am 31.05. startet dazu eine reichweitenstarke TV-Kampagne, die über 12 Wochen in der Primetime auf 5 Sendern (RTL, Sat.1, Pro7, Vox, RTL2) laufen wird. Kreative Digitalmaßnahmen auf allen relevanten Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram, YouTube, Spotify und Snapchat ergänzen die Pepsi MAX Kampagne ebenso wie Promo-Aktionen im

Markt und ein umfassendes PR-Paket.

Im Zentrum der Werbekampagne steht der Rapper Ceru - Newcomer und Challenger der Hip Hop Szene - zudem erfolgreicher Fußballer. Musik hat bei PepsiCo schon immer einen elementaren Stellenwert gehabt. Ceru selbst ist ein Riesenfan von Pepsi und erzählt, weshalb er bei der Kampagne dabei sein wollte: "Die legendäre Pepsi Werbung mit Michael Jackson hat mich inspiriert, selbst Musik zu machen - heute möchte ich ein Vorbild für Kinder sein und sie mit meinen Rapsongs motivieren, ihren eigenen Weg zu finden", so der 22-Jährige aus Gütersloh.

Mit einer bundesweiten Coupon-Aktion können darüber hinaus Verbraucher Pepsi MAX noch bis zum 11. Juli neu entdecken - und endlich Schluss machen mit überholten Routinen. Wer sich im Einzelhandel für eine Pepsi MAX 0,5 l PET-Flasche entscheidet und beim Bezahlen im Einzelhandel einen gedruckten oder digitalen Coupon der Kampagne "Deine Ex. Deine MAX" vorzeigen kann, erhält seine Pepsi MAX gratis. An die Coupons gelangen Kunden über die Pepsi-MAX-Stände in den teilnehmenden Märkten sowie online über www.deine-max-gratis.de. Eine besondere Aktion wartet zudem auf Verbraucher im EDEKA in der Hamburger Rindermarkthalle. Dort stehen am 27. und 28. Mai von 10 bis 18 Uhr die Promoter von PepsiCo bereit, um den wohl geschmackvollsten Abservievorschlag aller Zeiten zu unterbreiten. Im aufmerksamkeitsstarken Ganzkörper-Outfit mit Greifarmen verteilen sie Pepsi MAX 0,5 l PET-Flaschen gratis an alle Verbraucher, die sich nach mehr Abenteuer, mehr Abwechslung und mehr Geschmack sehnen. Rund 3.000 bis 5.000 Besucher werden pro Tag in dem Markt erwartet.

Torben Nielsen, Geschäftsführer von PepsiCo DACH, ist von der Pepsi MAX Kampagne überzeugt: "Wir bieten den Verbrauchern den perfekten Anlass, um Schluss zu machen." Eine repräsentative Civey-Umfrage^[1] im Auftrag von PepsiCo zeigt: Jeder dritte Verbraucher (35 Prozent) will bereits heute mit alten Gewohnheiten brechen und denkt, dass es an der Zeit sei, etwas Neues auszuprobieren. Ein Viertel der Verbraucher ist noch unentschieden. Bei ihnen leistet "Deine Ex. Deine MAX" das letzte Stück Überzeugungsarbeit, um Konkurrenzprodukte "abzuservieren". PepsiCo hat sich das Ziel gesetzt, den eigenen Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren zu verdoppeln und investiert im Rahmen der Kampagne kräftig in seine Marke Pepsi MAX.

* * *

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

[1] Das Meinungsforschungsunternehmen Civey hat im Auftrag von PepsiCo bundesweit 10.000 Personen zwischen dem 06.05.2021 und dem 10.05.2021 befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ. Der statistische Fehler der Gesamtergebnisse liegt bei ca. 2,5 Prozent. Die Umfrage wurde online erhoben. Alle Teilnehmer haben u.a. Daten wie Alter, Geschlecht und Wohnort angegeben und wurden registriert sowie verifiziert. Civey korrigiert Verzerrungen durch ein mehrstufiges Gewichtungungsverfahren. Zusätzliche Informationen zur Methodik finden Sie auf Civey.com und im [Civey-Whitepaper](#).

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Adriana Cerami
Lead Corporate Communications D/A/CH
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 173
63263 Neu-Isenburg
Telefon: +49 152 546 169 80
E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



Pepsi MAX unterbreitet den geschmackvollsten Abservievorschlag aller Zeiten: Am 27. und 28. Mai wartete auf Verbraucher im EDEKA in der Hamburger Rindermarkthalle eine besondere Aktion. Im aufmerksamkeitsstarken Ganzkörper-Outfit mit Greifarmen verteilten sie Pepsi MAX 0,5 l PET-Flaschen gratis an alle Verbraucher, die sich nach mehr Abenteuer, mehr Abwechslung und mehr Geschmack sehnen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100871740> abgerufen werden.