

10.06.2021 – 14:22 Uhr

Lipton Ice Tea unterstützt Gastronomen mit Geldpreisen im Wert von über 300.000 Euro!



Neu-Isenburg (ots) -

- Lipton Sommer-Kampagne "Schenke ein Lächeln" mit Limited Edition Aktionsflaschen von Juli bis September 2021
- Gastronomen können sich schon ab Anfang Juni für die Teilnahme registrieren auf www.lipton-supports-locals.de
- Die 50 Gastronomen mit den meisten Stimmen unterstützt Lipton mit Geldpreisen im Wert von insgesamt über 300.000 Euro

Endlich Sommer, endlich wieder gemeinsam lachen und sonnige Momente in unseren Lieblingslokalen verbringen. Um die Gastronomie zu unterstützen und Menschen zu inspirieren, miteinander ein Lächeln zu teilen, hat Lipton die Sommer-Kampagne 2021 "Schenke ein Lächeln" ins Leben gerufen. Gastronomen können dabei Geldpreise zwischen 5.000 und 25.000 Euro gewinnen! So geht's: einfach ab Anfang Juni auf der Aktionswebsite www.lipton-supports-locals.de anmelden und anschließend Gäste dazu aufrufen, von Juli bis September für ihr Lieblingslokal abzustimmen. Der für die Abstimmung benötigte Code befindet sich in den Deckeln der Lipton Aktionsflaschen. Die Top 50 der Gastronomen können sich über die Preise freuen!

Mit der "Schenke ein Lächeln" Sommer-Kampagne möchte Lipton Freunde stärker miteinander verbinden und dazu inspirieren, wieder mehr sonnige Momente gemeinsam zu erleben - und das geht am besten im Lieblingslokal. Ab Anfang Juni können Gastronomen Teil der Lipton "Schenke ein Lächeln" Sommer-Kampagne werden und ihre Gäste motivieren, für ihren Lieblingsgastrobetrieb zu voten. Zu gewinnen gibt es Geldpreise im Wert von insgesamt über 300.000 Euro. Der Gastronomiebetrieb mit den meisten Stimmen erhält von Lipton 25.000 Euro, Platz 2 bekommt 15.000 Euro und Platz 3 gewinnt 10.000 Euro. Die Plätze 4 bis 10 dürfen sich über einen Gewinn von 8.000 Euro freuen und die Plätze 11 bis 50 über 5.000 Euro.

Mitmachen ist ganz einfach! So können sich Gastronomen für die Lipton Sommer-Kampagne anmelden:

1. Registrieren auf www.lipton-supports-locals.de
2. Umfeld motivieren, Lipton Aktionsflaschen zu kaufen und mit dem Code im Deckel der Flasche ab dem 1. Juli auf www.lipton-supports-locals.de für die Lieblings-Gastronomie zu voten.
3. Passendes Aktionsmaterial zum Downloaden und weitere Informationen befinden sich auf der Website der

Aktion.

Konsumenten entdecken die "lächelnden" Lipton Aktionsflaschen vom 01. Juli bis 30. September 2021 im Handel. Jeweils zwei Flaschen nebeneinander zeigen ein strahlendes Lächeln - ganz nach dem Motto: Geteilte Freude ist doppelte Freude. Teil der "Schenke ein Lächeln" Sommer-Kampagne sind alle Lipton Flaschen aus dem Kernportfolio sowie die Zero und Green Range. Im Deckel der Aktionsflaschen steht ein Code, den die Konsumenten auf der Aktionswebsite eingeben können und dadurch Zugang erhalten, um für ihr Lieblingslokal abzustimmen. Auch für Konsumenten gibt es etwas zu gewinnen: zweimal pro Woche verlost Lipton unter allen Teilnehmern einen 200-Euro-Gutschein für ein Restaurant der Wahl.

Die Lipton "Schenke ein Lächeln" Sommer-Kampagne wird durch eine große Influencer-Aktivierung, Social Media und begleitende digitale Maßnahmen medial unterstützt. Darüber hinaus helfen eine namhafte mediale Kooperation mit der Kabel Eins Doku-Serie "Mein Lokal, Dein Lokal" und Starkoch Mike Süsser sowie aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen im Markt bei der Verbreitung der Kampagne.

"Die letzten Monate haben uns alle vor eine große Herausforderung gestellt, aber dieser Sommer wird anders. Dank der Lipton 'Schenke ein Lächeln' Aktion können wir an den Orten, an denen wir am liebsten sonnige Momente genießen, wieder gemeinsam lachen", sagt **Weiwei Yao, CEO Pepsi Lipton Tea Venture** und fährt fort: "Wir inspirieren deswegen im Jahr 2021 Menschen dazu, sich wieder zusammenzufinden, die Sommermomente in ihren Lieblings-Gastronomien zu verbringen und zeitgleich unsere lokale Gastronomie zu unterstützen. Auch wir helfen den Gastronomen, indem wir ihnen ein Lächeln schenken und ihnen finanziell unter die Arme greifen."

* * *

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.

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



PepsiCo will es wissen: mit Millionen-Investitionen in eine neue 360-Grad-Vertriebsoffensive zum Markenaufbau von Pepsi MAX und dem Ziel, den Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren zu verdoppeln. Im Mai ist die umfangreiche "Deine Ex. Deine MAX" Kampagne gestartet - und zwar mit einem echten "Skandal"! Als Out of Home Maßnahme setzt das Unternehmen jetzt seine aufmerksamkeitsstarke Initiative für die Gastronomiebranche #DeutschlandWechselt fort. Bundesweit sind Gastronomen dazu aufgerufen, zu den starken Marken des PepsiCo Portfolios zu wechseln. / 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/100010595/100872407> abgerufen werden.