



04.10.2021 - 13:50 Uhr

## Johnnie Walker startet neue Keep Walking Kampagne, um die Welt wieder in Bewegung zu bringen

London (ots/PRNewswire) -

Johnnie Walker, die weltweite Nummer eins unter den Scotch Whiskys[1] möchte mit der neuesten Version seiner legendären internationalen Kampagne die Menschen aufmuntern, positiver in die Zukunft zu schauen.

Die berühmte Keep-Walker-Werbung der Marke inspiriert seit mehr als 20 Jahren Menschen auf der ganzen Welt mit einer Botschaft des Fortschritts und der Positivität. Jetzt, da sich die Welt nach schwierigen 18 Monaten allmählich wieder öffnet, bringt das Unternehmen die neueste Version heraus.

Den Anfang macht eine TV- und Digitalwerbung mit einem energiegeladenen und spritzigen Medley, das die Menschen wieder auf die Beine und in Bewegung bringen soll, jetzt da sie wieder sorgenlos unter die Leute gehen können. Der neue Werbesong ist ein ansteckender, mitreißender Mix aus berühmten Liedern rund um das Thema Laufen, der die Menschen dazu bringen soll, wieder in die Welt hinaus zu gehen. Das Medley enthält Samples von Songs wie "Walk This Way" von Run DMC und Aerosmith, Loretta Lynns Version des kultigen "These Boots Are Made for Walking" und Lou Reeds 1970er-Klassiker "Walk on the Wild Side".

Abgesehen von dem Werbesong präsentiert Johnnie Walker auch die epische Aktion "City Takeovers", bei der inspirierende Zitate von wichtigen Ikonen aus der Kulturszene auf die Skylines von Städten und kulturellen Hotspots auf der ganzen Welt projiziert werden. Die Zitate von Grace Jones, Mark Twain und Ayrton Senna werden unter anderem in New York, Mexiko-Stadt, Kapstadt, Tokio und Bangkok zu sehen sein.

Seit mehr als zwei Jahrhunderten steht Johnnie Walker für den Fortschritt und die Bewegung nach vorn. Mit dieser neuen Keep Walking-Kampagne möchte die Marke die Menschen dazu inspirieren, selbst den nächsten Schritt zu machen. Dazu setzt sie die positive Energie, die Worte und Gedanken zu diesem Thema von kulturellen Ikonen und Pionieren ein.

Julie Bramham, Global Brand Director bei Johnnie Walker sagte:

"Johnnie Walker war schon immer beharrlich optimistisch und ein Fanal des Fortschritts - darum geht es bei Keep Walking."

"Keep Walking, das sind nur zwei kurze Worte, die aber sehr viel über Positivität, Chancen und Belastbarkeit aussagen. Nach allem, was wir alle in den letzten Jahren durchgemacht haben, waren diese Gefühle zu keiner Zeit in der jüngeren Geschichte relevanter."

Im Rahmen der Kampagne wird es auch eine Reihe lokaler Partnerschaften geben, die unter dem Motto "walk the walk" zu konkreten Aktionen führen werden. In mehr als 20 Ländern auf der ganzen Welt werden sich Changemaker und Künstler wie DJ Alok (Brasilien), CL (Korea) und Alfonso Herrera (Mexiko) mit Johnnie Walker zusammentun, um soziale Räume wie Bars, Clubs und Veranstaltungsorte neu zu beleben, während die Welt sich wieder öffnet.

Die Kampagne startet nur wenige Wochen nach der Eröffnung der neuen Johnnie Walker Princes Street im Herzen von Edinburgh (Schottland), die den Menschen eine einzigartige Möglichkeit bietet, Whisky zu erleben und im Heimatland der Marke unter die Leute zu gehen.

In den letzten 18 Monaten hat die Muttergesellschaft Diageo 100 Millionen Dollar investiert, um Pubs und Bars bei der Erholung nach der Pandemie zu helfen und mit ihrem Programm "Raise The Bar" Arbeitsplätze geschaffen und Menschen in aller Welt unterstützt.

1. IWSR 2020.

### Materialien:

Werbesong auf YouTube: <https://youtu.be/0TlpDQjqB1k>

Video des Werbesongs: <https://app.box.com/s/9hfavfdm30dnh9c4gb6ftnv7jxhelxju>

Weitere Bilder: <https://app.box.com/s/ct4xbr8uubbpwb9x0x3o07287wi2coxx>

Foto - [https://mma.prnewswire.com/media/1640916/Johnnie\\_Walker\\_Keep\\_Walking.jpg](https://mma.prnewswire.com/media/1640916/Johnnie_Walker_Keep_Walking.jpg)

Pressekontakt:

Alban Maginness

+44 (0)7766 822164

johnniewalker@smarts.agency

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016027/100878712> abgerufen werden.