

22.02.2023 – 08:22 Uhr

Lays stellt die neue Markenplattform „No Lay's, No Game" mit der globalen Fußballikone Thierry Henry anlässlich des UEFA Champions League Turniers vor

New York (ots/PRNewswire) -

Mit „Thierry Visits“, ein überraschendes Video-Erlebnis mit Barcelona-Fußballfans erweckt Thierry Henry die neue Markenphilosophie zum Leben und zeigt, dass das Fußballerlebnis ohne Lay's undenkbar ist!

Ein Fußballspiel mit Ihren Freunden anzuschauen ist gut, aber noch besser ist es, Fußball umgeben von Ihren Freunden und Lay's anzuschauen. Um den Countdown zu feiern und um die Zeit bis zum 2022-2023 UEFA Champions League (UCL) Turnier zu verkürzen, hat Lay's heute die globale Fußballikone Thierry Henry an die Haustüren der engagiertesten Fußballfans von Barcelona gebracht, um die „No Lay's No Game“-Plattform bekannt zu machen. Dabei handelt es sich um eine Kampagne, die Fans überrascht und bestätigt, dass das Fußballerlebnis nicht nur erhöht wird, sondern ohne Lay's einfach undenkbar ist.

„No Lay's, No Game" ist eine Plattform, die fast ein Jahrzehnt der Partnerschaft zwischen der weltweit beliebtesten Chipsmarke und dem UEFA Champions League feiert, denn es gibt nichts Besseres, als ein Fußballspiel im Stadion, zu Hause oder umgeben von Freunden anzuschauen, während man sich eine Tüte Lay's teilt. Echte Fans verstehen, dass intensive Fußballspiele ein perfektes Seherlebnis erfordern. Jede Sekunde, jeder Schuss und jeder Snack können das Ergebnis des Spiels beeinflussen. Mit diesem hohen Einsatz will „No Lay's, No Game" sicherstellen, dass Fußballfans auf der ganzen Welt wissen, dass man unter keinen Umständen auf Lay's verzichten kann und dass es den Spaß, die Spannung und den Geschmack zu jedem unerwarteten, intensiven Moment bringt, den der Sport uns im Laufe der Jahre gegeben hat. Fußball ist ohne Lay's undenkbar. Keine Lays, kein Spiel.

Ciara Dilley, Vice President of Marketing, Global Food Brands von PepsiCo, sagte auf der Plattform „No Lay's, No Game": „Als offizieller Snack-Partner der UEFA Champions League verstehen wir, dass ein großer Teil der Fußballkultur die Kameradschaft ist, die durch das Teilen von Erfahrungen mit Freunden entsteht und der am meisten erwartete Gast auf der Party immer der perfekte Snack ist... Lay's Kartoffelchips. Seit Jahren sind unsere Chips ein integraler Bestandteil des Fußballerlebnisses und fördern die Leidenschaft und Intensität der Fans für dieses schöne Spiel. Ohne Lay's gibt es kein Spiel. Wir sind stolz darauf, eine Legende wie Thierry Henry zu gewinnen, um Fußballfans auf der ganzen Welt dabei zu helfen, Verbindungen aufzubauen und als einziger Snack zu dienen, der das Spiel komplett macht. Es ist undenkbar, ohne Lay's Fußball zu schauen“.

Wie undenkbar? Um „No Lay's, No Game" zu starten, hat sich die Marke mit dem FIFA World Cup Champion in Frankreich 1998, zweifachen Premier League Champion, dreifachen FA Cup Winner und dem 2009 UEFA Champions League Winner, Thierry Henry zusammengetan, um sicherzustellen, dass die Fans mit ihren Lay's spielbereit sind.

In diesem Video mit dem Titel [„Thierry Visits“](#) startet Thierry Henry das „No Lay's, No Game" wortwörtlich. Die Legende von Arsenal und dem FC Barcelona besuchte unerwartet die Barça-Fans zu Hause, um zu sehen, ob sie mit ausreichenden Lay's Chips auf das Spiel vorbereitet waren. Wenn sie entsprechend vorbereitet waren, blieb der überraschende Superstar-Stürmer, um sich das Spiel anzusehen, aber wenn sie keine Lay's hatten, verließ er sie und machte sich auf die Suche nach Fans, die startbereit waren.

„Ich hatte das Privileg, auf der ganzen Welt zu spielen, und habe viele Trophäen vor Millionen großartiger Fans gewonnen“, sagte Thierry Henry. „Nichts davon bereitete sie auf die absolute Überraschung vor, als ich an ihre Türen klopfte, um zusammen mit ihnen ein Spiel anzuschauen, vorausgesetzt, sie hatten Lay's Chips. Es war besonders bedeutungsvoll, dies in Barcelona zu tun, wo ich so viele Fans von unserer 2009 UCL Championship habe. Bei der Partnerschaft mit Lay's zum Start von „No Lay's, No Game" ging es darum, sich mit den Fans und Gemeinden zu verbinden, die sich diesem fantastischen Spiel so verschrieben haben. Es hat riesigen Spaß gemacht, dieses Erlebnis mit Lay's und meinen Fans, die mir so viel bedeuten, zu teilen. Ich hoffe, ich habe dazu beigetragen, dass Fußballfans immer wissen, dass eine großes Spiel ohne Lay's undenkbar ist. Halten Sie sich also bereit... Sie wissen nie, wer als Nächstes auftaucht!“

Lay's Engagement für Fußball geht jedoch über das Zuschauen und das An-die-Tür-Klopfen hinaus. Das Lay's RePlay-Programm sorgt dafür, dass bedürftige Gemeinden Zugang zu diesem von ihnen geliebten Spiel haben. Das preisgekrönte Programm legt weltweit Fußballfelder aus leeren Chipstüten an. Seit dem ersten RePlay-Fußballfeld von Lay's, das im Jahr 2021 gestartet wurde, hat die Initiative mehr als 5.000 Stunden Programmierzeit bereitgestellt und für 50.000 Gemeindemitglieder zu einer positiven Veränderung geführt.

Im weiteren Verlauf dieses Jahres wird Lay's weltweit mehrere neue Spielfelder eröffnen, um jungen Fußballern, die davon träumen eines Tages an der UEFA Champions League teilzunehmen, mehr Inklusion, Zugang und Freude zu ermöglichen. Dank Lay's werden noch mehr Spiele gespielt, die noch mehr Verbindungen bilden und stärkere Gemeinschaften für diejenigen aufbauen, die es am meisten verdienen.

Während der restlichen 2022-2023 Men's and Women's UEFA Champions League-Turniere sollten die Fans auf der „No Lay's, No Game" Plattform nach weiteren spannenden und unerwarteten Momenten Ausschau halten, darunter: Noch mehr Superstar-Überraschungen, fesselnde digitale Inhalte, Fußballfelder, die auf der ganzen Welt gebaut wurden, in Geschäften und auf Sonderverpackungen und einen GOAT-gefüllten Werbespot. Sie wissen nie, wer auftaucht und Sie fragen könnte, ob Sie Lay's

haben!

Folgen Sie Lay's Football auf [Instagram](#), um sich über alle Partnerschaftsaktivitäten der UEFA Champions League und der UEFA Women's Champions League sowie über weitere Neuigkeiten zu „No Lay's, No Game“ zu informieren. Weitere Informationen über das Turnier finden Sie auf [UEFA.com](#).

Informationen zu Lay's

Lay's ist eine der Marken, die Frito-Lay North America, die 19 Milliarden US-Dollar Lebensmittelsparte von PepsiCo, Inc. (Nasdaq: PEP), mit Hauptsitz in Purchase, NY, ausmacht. Erfahren Sie mehr über Frito-Lay auf der Unternehmenswebsite, <http://www.fritolay.com/> und unter Twitter <http://www.twitter.com/fritolay>. Erfahren Sie mehr über Lay's, besuchen Sie www.facebook.com/lays oder Twitter unter www.twitter.com/lays. Sie können Lay's auch auf Instagram verfolgen, indem Sie <http://instagram.com/lays> besuchen.

Informationen zu 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 Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2021 einen Nettoumsatz von mehr als 79 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine große Auswahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter viele ikonische Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird vom Zukunftsbild geleitet, der weltweit führende Anbieter von Getränken und Fertiggerichten zu sein, indem wir mit PepsiCo Positive (pep+) gewinnen. pep+ ist unsere strategische End-to-End-Umwandlung, die Nachhaltigkeit und Humankapital in den Mittelpunkt unserer Wertschöpfung und unseres Wachstums stellt, indem wir innerhalb der planetarischen Grenzen agieren und einen positiven Wandel für den Planeten und die Menschen inspirieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und folgen Sie uns auf Twitter, Instagram, Facebook, und [LinkedIn @PepsiCo](#).

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2006353/NLNG_Thierry_Image_In_Home.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/lays-stellt-die-neue-markenplattform-no-lays-no-game-mit-der-globalen-fuWball-ikone-thierry-henry-anlasslich-des-uefa-champions-league-turniers-vor-301752762.html>

Pressekontakt:

Paul Bromley,
Global Brand Communications,
PepsiCo,
Paul.Bromley@pepsico.com; Julie Nunes,
Ketchum für PepsiCo,
Julie.Nunes@Ketchum.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100903224> abgerufen werden.