

SMIRNOFF-INITIATIVE BELEBT SOZIALE VERBINDUNGEN DURCH KULTURELLE AKTIVITÄTEN IN DER GANZEN WELT

London (ots/PRNewswire) -

Smirnoff, die weltweit führende Wodka-Marke[1], stellt heute seine breit gestreuten Marktaktivitäten vor. Ziel dieser Aktivitäten ist die Förderung der Kraft des Kollektivs und das Wiederaufleben der sozialen Verbindungen auf der ganzen Welt, um die Magie zu feiern, die entsteht, wenn verschiedene Menschen, Geschmacksrichtungen und Zutaten zusammenkommen.

Einem kürzlich veröffentlichten Bericht zufolge haben 79 % der 18- bis 29-Jährigen das Gefühl, dass ihre emotionalen Bindungen heute schwächer sind als früher[2], und diese neue Initiative zielt darauf ab, das Gefühl der Trennung und Isolation auf der ganzen Welt zu bekämpfen. In mehr als 20 Ländern, darunter das Vereinigte Königreich, Kanada, Nordamerika, Mexiko, Brasilien, Irland, Indien und Australien, wird die Initiative lokale Gemeinschaften durch Aktivitäten, Partnerschaften und Veranstaltungen zusammenbringen, die sich auf die lokale Kultur und Leidenschaften wie Musik, Sport und Tanz stützen.

Untermauert werden diese Aktivitäten durch ein neues globales Kreativkonzept, [Atomic](#), das diesen integrativen Ethos durch die spielerische Metapher „Das Leben ist wie ein Cocktail“ zum Leben erweckt. Der Werbespot, der den Geist der Zusammengehörigkeit verkörpert und zuerst im Vereinigten Königreich veröffentlicht wird, zeigt eine vielfältige Gruppe von Menschen, die sich spontan in Blasen verwandeln, die sich vermischen, bevor sie sich wieder in die menschliche Form verwandeln und sich schließlich miteinander verbinden.

Im Vereinigten Königreich fördert Smirnoff die soziale Verbundenheit mit dem Schwerpunkt auf dem Abbau sozialer Barrieren durch eine neue langfristige Partnerschaft mit Sinéad Burkes Beratungsunternehmen für Barrierefreiheit und Inklusion, [Tilting the Lens](#), und [Stonegate](#), einem der größten britischen Gastgewerbekonzerne, um das gesellige Zusammensein zugänglicher zu machen.

Angeführt von einer Veranstaltung, die von den legendären Nachtleben-Künstlern [Sink The Pink](#) kuratiert wurde, fand gestern Abend, am 29. November, der Startschuss in London statt und wurde von dem Komiker [Fats Timbo](#) und dem Schauspieler [Layton Williams](#) moderiert. An diesem Abend traten [Drag Syndrome](#), ein Kollektiv von fabelhaften Königen und Königinnen mit Down-Syndrom, zusammen mit einer Reihe von Künstlern auf, darunter das ehemalige Spice Girl [Mel C](#).

Der Veranstaltungsort wurde umgestaltet, um einige der Möglichkeiten aufzuzeigen, wie Barrieren in der bestehenden Umgebung unserer sozialen Treffpunkte beseitigt werden können. Durch die Einbeziehung von Einrichtungen wie einem niedrigen Bartresen, barrierefreien Aussichtsplattformen, einem Ruheraum, BSL-Dolmetschern und visuellen Dolmetschertools konnten Gäste mit Behinderungen den Abend in ihrer vollen, wahren und vielfältigen Persönlichkeit genießen.

Das Ziel ist, dass die Partnerschaft der Marke mit Stonegate und Tilting the Lens in den kommenden Monaten einen positiven Wandel für die Behindertengemeinschaft herbeiführt, indem die Umgebungen, in denen Menschen Smirnoff-Produkte trinken und sich mit ihnen beschäftigen, überprüft werden.

Lady Mercury und Lady Francesca, Mitglieder von Drag Syndrome, kommentierten:

„Als Kollektiv fabelhafter Drag-Künstler lieben wir es, aufzutreten und hatten neben allen anderen talentierten Acts eine tolle Zeit auf der Bühne. Durch die neuen Partnerschaften, die Smirnoff gestern Abend angekündigt hat, hoffen wir, mehr Veranstaltungen wie diese in ganz Großbritannien mit einem einfacheren Zugang und die Teilnahme der Behindertengemeinschaft im Publikum durchzuführen.“

Sinéad Burke, CEO und Gründerin von Tilting the Lens, kommentierte:

„Das Engagement von Smirnoff, durch die Zusammenarbeit mit Menschen mit Behinderungen messbare Veränderungen im Bereich der Barrierefreiheit herbeizuführen, ist ein dringend erforderlicher Ansatz für einen Sektor, der Menschen mit Behinderungen zu lange als Kunden und Talente ausgeschlossen hat. Wenn man Barrierefreiheit nicht nur als eine Maßnahme zur Einhaltung von Vorschriften, sondern als eine Maßnahme zur Förderung von Gemeinschaft und Kreativität betrachtet, bedeutet dies, dass Menschen mit Behinderungen durch die Einrichtung von Ruheräumen,

Darstellern in britischer Gebärdensprache, inklusivem Mobiliar und geschultem Personal so sein können, wie sie sind, und das nicht nur für einen einzigen Abend."

Über das Vereinigte Königreich hinaus hat Smirnoff das Medium des Tanzes genutzt, um in Brasilien durch seine Partnerschaft mit dem Popstar IZA soziale Verbindungen neu zu entfachen und eine einzigartige Track-and-Dance-Challenge ins Leben zu rufen, die alle gemeinsam in Bewegung gebracht hat. Die Kampagne hat über Grenzen hinweg mit interaktiven Plakatwänden in großen globalen Städten die Passanten dazu ermutigt, sich zu beteiligen.

In den USA hat Smirnoff die Kraft des Sports genutzt, um soziale Verbindungen durch eine Partnerschaft mit der NFL wiederzubeleben, die alle Fans ermutigt, zusammenzukommen und ihre einzigartigen Traditionen und ihre Fangemeinde bei den Spieltagen zu feiern. Eine neue [nationale TVC-Kampagne](#) mit maßgeschneiderten Werbespots, die die Kulturen der einzelnen Fangemeinden zeigen, sowie eine Münzwurf-Aktivierung, bei der die Fans köstliche Cocktails am Spieltag gewinnen konnten, zeigen, wie Smirnoff Menschen zusammenbringt.

Stephanie Jacoby, Smirnoff Global Brand Director, kommentierte:

„Obwohl es mehr Möglichkeiten als je zuvor gibt, miteinander in Kontakt zu treten, wissen wir, dass das Gefühl der Einsamkeit und Isolation weltweit zunimmt. Bei Smirnoff sind wir der festen Überzeugung, dass es uns besser geht, wenn wir mit anderen Menschen zusammen sind, weshalb diese Aktivitäten für die heutige Zeit so wichtig und relevant sind. Indem wir soziale Verbindungen stärken und unser langjähriges Engagement für Vielfalt und Inklusion verdoppeln, wollen wir es so vielen Menschen wie möglich so einfach wie möglich machen, zusammenzukommen.“

In den kommenden Monaten sind weitere Aktivitäten in Märkten auf der ganzen Welt geplant, darunter neue Partnerschaften und Initiativen, die sich auf die Festival-Saison und Pride konzentrieren - aufbauend auf dem bewährten Engagement von Smirnoff für die LGBTQIA+-Gemeinschaft - und sicherstellen, dass sie weiterhin soziale Verbindungen neu entfachen und Menschen wie nie zuvor zusammenbringen.

REDAKTIONELLE HINWEISE

Für alle Medienanfragen und/oder Interviewanfragen wenden Sie sich bitte an smirnoffglobal@smarts.agency

. Der Atomic Creative Spot kann [hier](#) angesehen werden und einen Blick hinter die Kulissen der Produktion gibt es [hier](#).

Informationen zu Smirnoff

Smirnoff ist die weltweit führende Wodka-Marke[3] und zählt zu den meistverkauften Spirituosenmarken von Diageo nach Volumen[4]. Smirnoff ist eine klassische Wodka-Marke für alle und wird seit über 150 Jahren genossen. Um mehr über Smirnoff und zukünftige Neuigkeiten zu erfahren, besuchen Sie www.smirnoff.com.

Informationen zu Diageo

Diageo ist ein weltweit führender Anbieter von alkoholischen Getränken und verfügt über eine hervorragende Kollektion von Marken in den Kategorien Spirituosen und Bier. Zu diesen Marken gehören die Whiskys Johnnie Walker, Crown Royal, J&B und Buchanan's, die Wodkas Smirnoff, Cîroc und Ketel One sowie Baileys, Captain Morgan, Tanqueray und Guinness.

Diageo ist ein globales Unternehmen, dessen Produkte in über 180 Ländern weltweit verkauft werden. Das Unternehmen wird sowohl an der London Stock Exchange (LSE) als auch an der New York Stock Exchange (NYSE) gehandelt. Weitere Informationen über Diageo, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Marken und Leistungen finden Sie unter www.diageo.com. Besuchen Sie Diageos internationale Ressource für den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol mit vielen Informationen, Initiativen und Anregungen zum Austausch von bewährten Praktiken unter www.DRINKiQ.com.

Das Leben feiern, jeden Tag, überall.

[1] Spirits Business, Brand Champions Report 2023

[2] McCann Worldgroup Truth Central Truth About Youth 2023

[3] Spirits Business, Brand Champions Report 2023

[4] Diageo Performance Results für das Geschäftsjahr 2023

Video – https://mma.prnewswire.com/media/2288566/ATOMIC_60.mp4

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2286956/Smirnoff_Atomic.jpg

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2289377/Smirnoff_Global_Initiative.jpg

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/2286954/Smirnoff_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/smirnoff-initiative-belebt-soziale-verbindungen-durch-kulturelle-aktivitaten-in-der-ganzen-welt-302001866.html>

Pressekontakt:

Guy Marturano,
+44 (0) 7799 768 683

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100096044/100914057> abgerufen werden.