



PEPSICO



PUNICA



Neu-Isenburg, März 2011

PRESSEMITTEILUNG

Die Erfolgsstory geht in die nächste Runde. PepsiCo will weiter wachsen und startet mit neuem Pepsi TV-Spot und einem umfangreichen Softdrink-Marken-Kommunikationspaket in 2011.

Neu-Isenburg, März 2011 – Nach seinem sehr erfolgreichen Jahr 2010 startet PepsiCo Deutschland in 2011 mit der stärksten Softdrink-Kommunikationsoffensive seit mehr als 10 Jahren durch. Damit sollen Wachstum und Erfolg der Marke Pepsi weiter ausgebaut werden. Neben Pepsi wird auch die Marke Schwip Schwap ihren Siegeszug fortsetzen. Das Hauptziel ist der Ausbau des Marktanteils im Non-Discount mit dem Schwerpunkt auf Ohne-Zucker-Produkten.

PEPSI

Den Mittelpunkt der Pepsi-Offensive 2011 bildet der neue Pepsi-Light-TV-Spot. Weiterhin wird die Marke Pepsi über das komplette Jahr mit drei starken Kunden-Promotions unterstützt. Ziel ist, die Markenbekanntheit weiter auszubauen und das Markenprofil zu schärfen.

Pepsi Light – TV-Spot

Bei dem neuen Pepsi-TV-Spot „Tapetenwechsel“ handelt es sich um den ersten Auftritt von Pepsi im deutschen Fernsehen seit den 80er Jahren. Der Fokus des Spots liegt speziell auf Pepsi Light, der beliebtesten Light-Cola auf dem deutschen Markt. Das Pepsi-Markenimage und die Geschmackserwartungen der Konsumenten sollen geschärft werden, denn in Blindverkostungen schneidet Pepsi Light klar besser ab als die Konkurrenz.

Der Pepsi-Light-TV-Spot wird im Rahmen von 3 Pepsi-360°-Aktivierungskampagnen von einem umfangreichen Kino-, Online- und PR-Kommunikationspaket unterstützt. Am POS wird die Aktivierung von Verkostungen, hoch attraktiven Zweitplatzierungen sowie On-pack- und Instore-Gewinnspielen ergänzt.

3 starke Pepsi-360°-Aktivierungen

Auch in 2011 nutzt PepsiCo zur Aktivierung seiner Pepsi Dachmarke drei über das Jahr verteilte Konsumenten-Promotions. Nach der sehr erfolgreichen Football-Kampagne 2010 werden 2011 die Themen „Style“ und „Geschmack“ im Vordergrund stehen.

PRESSEINFORMATION



PEPSICO



PUNICA



Neu-Isenburg, März 2011



Noch bis in den April sorgt die „Erfrisch deinen Style“-Kampagne der Dachmarke Pepsi für Aufwind. Im Rahmen der On-pack Promotion können Konsumenten mit jedem Deckelcode wöchentlich 5.000 EUR für stylische Sachprämien und zusätzlich täglich eine Xbox 360 mit Kinect-Körpersteuerung gewinnen. Die Aktion wird am POS über starke On-pack Visuals, Zweitplatzierungsmaterial sowie Pepsi Light Tastings unterstützt. Im Kino

wird die Promotion durch einen speziell produzierten Tag-On und auf www.pepsi.de mit neuen Online-Aktivitäten beworben.

Im Sommer wird dieses Jahr die umfangreichste 2011er-Kampagne für die Marken Pepsi und Schwip Schwap mit dem Thema „Ganz nach Deinem Geschmack“ für eine effektive Aktivierung am POS, im Kino, online und in Teen-Zeitschriften sorgen. Durch Sammeln und Einlösen von 18 Deckelcodes kann sich der Konsument ein exklusives Style-Radio im Pepsi- oder Schwip-Schwap-Look sichern. Kommunikative Hauptbestandteile der Kampagne sind Kino mit Tag-On, digitale Aktivierung, Konsumenten- sowie Handels-PR.

SCHWIP SCHWAP

Der Marktführer Schwip Schwap setzt die Erfolgsstory weiter fort – Schwip Schwap erfrischt in 2011 die Cola-Mix-Kategorie mit spritziger „Lemon ohne Zucker“-Variante.

Schwip Schwap ist der Marktführer im Cola-Mix-Segment mit starker 360°-Kampagne

Seit 2 Jahren sind Cola-Mixgetränke der Wachstumstreiber der Cola-Kategorie und zugleich des alkoholfreien Getränkemarkts in Deutschland. Die Marke Schwip Schwap ist mit 26 %* Marktanteil unangefochtener Marktführer dieser Kategorie.

Durch die erfolgreiche Schwip-Schwap-Aktivierung der letzten beiden Jahre im TV, im Kino, am POS und Online hat die Marke einen Bekanntheitsgrad von 85 %** erreicht. Außerdem konnte 2009 Wigald Boning, bekannt aus Funk und Fernsehen, als Markenbotschafter gewonnen und bis Ende 2011 verpflichtet werden. In 2010 wurde die TV-Kampagne „Schwip Schwap erfrischt dich fruchtig“ mit dem Effi, dem Oscar der Werbebranche, als eine der erfolgreichsten Kampagnen in Deutschland ausgezeichnet.



PEPSICO



PUNICA



Neu-Isenburg, März 2011

Schwip Schwap Lemon ohne Zucker – erfrischt dich fruchtig mit Zitrone



2011 stellte Schwip Schwap seine Innovationskraft unter Beweis. Mit der nationalen Einführung von Schwip Schwap Lemon ohne Zucker ergänzt seit Januar eine zweite spritzig-fruchtige „ohne Zucker“-Variante das Schwip Schwap Produktportfolio.

Bereits in 2007 gelang Schwip Schwap mit der Einführung von Schwip Schwap ohne Zucker der erfolgreiche Aufbau der Light-Kategorie im Cola-Mix-Segment. Mit starkem Vorsprung im direkten Geschmacksvergleich zum Hauptwettbewerber ist Schwip Schwap ohne Zucker mit 61 % Marktanteil*** die starke Nr. 1 im Cola-Mix-Light-Segment.

Das neue „Schwip Schwap Lemon ohne Zucker“ kombiniert den bewährten Cola-Orangen-Mix mit einem Extraschuss Zitronengeschmack. Es wird dadurch zur spritzig-fruchtigen Abwechslung in der Softdrink-Light-Kategorie, die neue Käufer anspricht.

Im Geschmackstest überzeugte die neue Lemon-Variante bereits mit eben so guten Ergebnissen wie einst Schwip Schwap ohne Zucker. Erste Markttests bestätigten: Schwip Schwap Lemon ohne Zucker kommt beim Konsumenten gut an. Es ist seit Januar im gut sortierten Handel in der 1,5-l-PET-Flasche erhältlich. Selbstverständlich ist auch die Lemon-Variante ohne Kalorien. Die Einführung wird durch ein starkes Unterstützungspaket am POS gefördert.

Auch 2011 wird Schwip Schwap durch die Fortführung der erfolgreichen 360°-Kampagne, Markenbotschafter Wigald Boning und der Innovation Schwip Schwap Lemon ohne Zucker weiter wachsen.

* Quelle: Nielsen, Gesamtmarkt, Cola-Mix-Markt, Marktanteil Absatz, YTD Sept. 2010

** Quelle: GfK Equity Tracking CSDs, Feb. 2010

*** Quelle: Nielsen, Gesamtmarkt, Cola-Mix-Light-Markt, Marktanteil Absatz, YTD Sept. 2010

Hochaufgelöstes Bildmaterial zu dieser Pressemitteilung gibt es in druckfähiger Qualität auf der „Image-Datenbank“ unter www.pepsi-images.com und www.punica-images.com

Das Pepsi-Visual senden wir Ihnen gern auf Anfrage.

Pressekontakt
PepsiCo Deutschland GmbH
Frankfurter Straße 190 A
63263 Neu-Isenburg

Robert Sadjak
Group Marketing Manager
Tel.: 06102 - 74 94 43

Michele Maier
Events und PR
Tel.: 06102 - 74 97 20

PRESEINFORMATION