



PEPSICO



PUNICA



Neu-Isenburg, März 2010

PRESSEMITTEILUNG

Die Erfolgsstory geht weiter

PepsiCo will weiter wachsen und startet mit neuem Marken-Design, einem starken Kommunikationspaket und Nationalmannschaftskapitän Michael Ballack

Neu-Isenburg, März 2010 Nach sehr erfolgreichem Wachstum im Jahr 2009 geht PepsiCo Deutschland in 2010 in die Offensive. Dabei stehen die Kernmarke Pepsi mit dem neuen, modernen Markenauftritt und der Marktführer im Cola-Mix-Segment „Schwip Schwap“ im Vordergrund. Der Kapitän der deutschen Nationalmannschaft, Michael Ballack, ergänzt 2010 das internationale Team der Pepsi Fußball Stars, das mit der stärksten Kommunikationsoffensive seit 10 Jahren über TV, Kino, PR, Outdoor und Online und mit einer aufmerksamkeitsstarken Promotion am POS präsentiert wird. Die Marke „Schwip Schwap“ setzt weiterhin auf die erfolgreiche Kampagne mit dem Starkomiker Wigald Boning.

Mit diesen Aktionen baut Pepsi das starke Wachstum aus 2009 weiter aus, denn im vergangenen Jahr konnten die Neu-Isenburger ein zweistelliges Plus verbuchen. Pünktlich zur Internorga in Hamburg stellt PepsiCo jetzt die Details der Offensive 2010 vor, die das Wachstum auch in diesem Jahr stärken wird.

Pepsi in neuem Design: Ein Lächeln wird zur Marke

Beim neuen Pepsi-Markenauftritt mit seinem zeitgemäß-modernen Design wird die bekannte Pepsi-Welle zu einem freundlichen Lächeln. Dabei präsentiert sich Pepsi reduzierter, noch frischer und gleichzeitig eleganter. Diese international erfolgreiche Weiterentwicklung des Corporate Designs ist seit Januar 2010 auch in Deutschland auf allen Flaschen, Packungen und Verkaufsförderungsmaterial umgesetzt worden. Der Verbraucher kann sich weiterhin sicher sein, dass der original Pepsi-Geschmack bei allen Marken geblieben ist.

Michael Ballack spielt jetzt bei den Pepsi-Stars

In der Fußballkampagne 2010 wird Michael Ballack nicht nur unser Nationalteam, sondern auch die Pepsi-Fußballstars anführen. Neben berühmten Sportlern wie Henry, Messi, Kaka, Arshavin, Drogba, Lampard und Torres ist er im Kinospot und am POS der Held der neuen Kampagne. Das farbenfrohe Pepsi-Bodypainting startet Mitte April und steht diesmal ganz im Zeichen Afrikas. Für einen starken Abverkauf sorgt eine relevante POS-Promotion, die durch Sammelmekanismen und aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungskonzepte zum Kauf anregt.



PEPSICO

Neu-Isenburg, März 2010



Größte Kommunikationsoffensive seit zehn Jahren

In Deutschland hat PepsiCo ein starkes, integriertes Kommunikationspaket mit über 500 Millionen Kontakten geschnürt. Ein reichweitenstarker TV-Spot wird von Kino, Plakat und einer strategischen PR-Kooperation mit „Bravo Sport“ begleitet. Die digitale Aktivierung über das Portal „MSN“ schafft dabei mindestens 22 Millionen Kontakte. Eine derart geballte Medienpräsenz löst sicher viele neue Verkaufsimpulse auf allen Vertriebschienen aus.

Marktführer „Schwip Schwap“ gewinnt weiter

Selten war eine Kampagne so erfolgreich wie die Aktivierung von „Schwip Schwap“ im vergangenen Jahr. Ein Zuwachs von satten 37 % innerhalb eines Jahres spricht für sich, das Produkt und die Werbekampagne. Deshalb führt der unangefochtene Marktführer im Cola-Mix-Segment mit einem Marktanteil von 25 % (lt. Nielsen Nov. 2009) seine Zusammenarbeit mit dem Starkomiker Wigald Boning fort.

Der neue TV-Spot des Markenbotschafters Boning aus dem Labor in Schwipplingen fokussiert in diesem Jahr den einzigartigen Geschmack und wird um einen Tag-On erweitert. Zusätzlich gibt es in 2010 viele Zweitplatzierungen und zahlreiche Verkostungen von „Schwip Schwap ohne Zucker“ am POS.

Anmerkung:

Das Bildmaterial zu dieser Pressemitteilung gibt es in druckfähiger Qualität unter dem Stichwort Imagedatenbank auf den Seiten: www.pepsi-images.com, www.lipton-images.com oder www.punica-images.com

Alle Abbildungen mit Michael Ballack müssen von PepsiCo und dem Management von Michael Ballack freigegeben werden. Lizenzierte Bilder sind in druckfähiger Qualität auf Anfrage bei PepsiCo erhältlich.

Pressekontakt:

Jürgen Reichle / Marketing Director
Tel.: 06102 - 74 92 57

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

pm kommunikation press services • Ansprechpartner: Frau Petra Mayer • 76530 Baden-Baden
Tel.: 07221 - 3 96 32 30 • Fax: 07221 - 3 96 32 40 • E-Mail: pm@pm-kommunikation.de