

Baker, Loco, Nemo, Nickless, Heinzmann, Fusaro, Reyes und Lynn

Coca-Cola setzt acht Schweizer Musikstars für neue «Stories»-Kampagne in Szene

Coca-Colas Erfolgskampagne «Share a Coke» geht in die nächste Runde. Bei «Stories» ist der Kampagnenname Programm: Neu sind Schweizer Slang-Ausdrücke und jugendliche Wortkreationen rund ums Thema Freundschaft Teil des Dosen- und Flaschendesigns von Coca-Cola und Coca-Cola zero. Über die eigens dafür entwickelte Coca-Cola-App können Fans getreu dem Claim «Schriib dini eigeni Story»

In diesen Tagen führt Coca-Cola mit «Stories» die crossmediale Erfolgskampagne «Share a Coke» weiter: Ab sofort sind unzählige Slang-Ausdrücke und Wortkreationen rund ums Thema Freundschaft Teil des Dosen- und Flaschendesigns von Coca-Cola und Coca-Cola zero. Die Wortkreationen wurden gemeinsam mit Schweizer Jugendlichen ausgewählt. Mit der eigens dafür entwickelten Coca-Cola-App können die Wörter gescannt, kreativ kombiniert, geteilt und damit Preise wie Festivaltickets oder Kleidergutscheine gewonnen werden.

«Coca-Cola Music Squad»: Nationale Kampagne mit acht Schweizer Musik Stars

Um auf die neuen Produktdesigns sowie die Coca-Cola App aufmerksam zu machen, wurde eine Kampagne mit dem «Who is who» der Schweizer Musikszene entwickelt. Zur «Coca-Cola Music Squad» zählen Bastian Baker, Loco Escrito, Stefanie Heinzmann, Nemo, Veronica



Fusaro, Nickless, Alejandro Reyes und Damian Lynn. Die Massnahmen umfassen OOH- und eOOH-Plakate, Online Videos, Influencer Content und TV-Cut-Ins. «Zusammen mit unserer Music Squad und getreu dem Kampagnen-Claim «Schriib dini eigeni Story» ermutigen wir die Menschen in der Schweiz, gemeinsam kreativ zu werden und ihre

selber Stories entwerfen, mit Freunden teilen und damit Preise gewinnen. Zur Bewerbung der neuen Flaschendesigns bleibt Coca-Cola seiner musikalischen DNA treu und setzt acht Schweizer Erfolgsmusiker im Rahmen einer nationalen Kampagne in Szene. Die «Coca-Cola Music Squad» besteht aus Bastian Baker, Loco Escrito, Stefanie Heinzmann, Nemo, Veronica Fusaro, Nickless, Alejandro Reyes und Damian Lynn.

eigenen Geschichten zu schreiben. Denn was für die Musik gilt, gilt auch für Coca-Cola: Es geht darum, Menschen miteinander zu verbinden und einander näher zu bringen», erklärt Stefan Rothenbühler, Senior Brand Manager bei der Coca-Cola Schweiz GmbH.

Die hierzulande entwickelten «Stories»-Produktdesigns sowie

die «Coca-Cola Music Squad» stärken die lokale Verankerung und das umfassende Musikengagement von Coca-Cola in der Schweiz. Die Kampagne bietet Fans die Möglichkeit, sich in ihrer Sprache auf kreative Art und Weise auszudrücken und stärkt gleichzeitig die persönliche Verbindung zwischen den Konsumenten und ihren Lieblings-Produkten. «Obwohl die Wurzeln von Coca-Cola in den USA liegen, steckt unerwartet viel Swissness in unseren Produkten. Neu sogar mit regional relevanten Ausdrücken auf unseren Designs. Mit der Kampagne und der Zusammenarbeit mit den besten Schweizer Musikern möchten wir unsere lokale Verankerung und die Beziehung zu den Schweizer Konsumenten weiter ausbauen», sagt Matthias Schneider, Leiter Unternehmenskommunikation bei der Coca-Cola Schweiz GmbH.

Weitere Informationen unter www.coca-cola.ch

ANZEIGEN

APD Addimat AG

Kassen- und Ausschanksysteme

Sie suchen Mehrwert. Wir bieten ihn.

Modern, einfach in der Bedienung, schnell in der Bearbeitung und platzsparend im Einsatz.



APD Addimat AG
Etzelmat 5
5430 Wettingen
Telefon: 056 427 45 45
www.apdaddimat.ch



Das lange Warten hat ein Ende!

Der Kernser Frühlingsklassiker - Tagliatelline Bärlauch - ist ab sofort wieder erhältlich.

www.kernser-pasta.ch

