Melitta und BBDO Proximity präsentieren Espresso-Wissen mit Ailton

Melitta und BBDO Proximity präsentieren Espresso-Wissen mit Ailton

Ungewöhnliches TV-Werbeformat sorgt für neue BellaCrema Espresso Fans.
Mit dem Start der Rückrunde der Bundesliga startet auch der BellaCrema Espresso von Melitta in eine neue Werbe-Saison. Mit einer ungewöhnlichen Kreativ-Idee und in einem für Kaffee untypischen Werbeumfeld.
Unter dem Titel "Melitta präsentiert Espresso-Wissen" haben BBDO Proximity und Melitta ein Episoden TV-Format abseits der klassischen "Melitta Barista Kampagne" entwickelt, das in insgesamt acht 20sekündigen Spots Lust auf den BellaCrema Espresso von Melitta macht. Und dies auf sehr charmante und unterhaltsame Art und Weise: Denn Melitta konnte den prominenten Fußball-Profi Ailton, jedem echten Fußball-Fan in Deutschland ein Begriff, als exklusives Testimonial für die Kampagne gewinnen.
Und Fußball-Profi Ailton geht ganz in seiner Rolle als Espresso-Genießer auf:
In jeder der acht TV-Episoden, in denen Ailton Gast bei Barista Timon in der Melitta Kaffeebar ist, erläutert er dem Zuschauer in seiner ganz eigenen und sympathischen Art persönliche Fußball-Weisheiten, die stets an den Genuss von BellaCrema Espresso gekoppelt sind. Ein Beispiel aus der Episode "Auswechseln": "Eine Tag ohne Espresso isse wie Auswechsel von Ailton: Una grande Katastroph!"
Und Ergebnis einer konsequent durchdachten Strategie: Ziel der Kaffee-Marke Melitta ist es, in einem begrenzten Kampagnen-Zeitraum maximale Awareness für ihr Produkt BellaCrema Espresso zu schaffen. Aus diesem Grund soll ganz gezielt die überwiegend männliche Kernzielgruppe der Espresso-Genießer angesprochen werden. Mit einem Werbeformat, das perfekt auf diese Zielgruppe zugeschnitten ist: Und Fußball ist nun einmal die liebste Freizeitbeschäftigung, die Millionen von Männern jedes Wochenende in ihren Bann zieht.
Die acht Melitta Espresso Episoden werden während der gesamten Rückrunde bis zum 18. Mai an jedem Bundesliga-Spieltag an den Wochenenden auf dem Bundesliga-Channel von Sky geschaltet. Sie laufen dabei in jeweils rollierender Reihenfolge, um den Episoden-Charakter des Formats zu unterstützen. Die von der Agentur Mediaplan umgesetzte Mediaplanung sorgt für eine hohe Frequenz und Sichtbarkeit der Spots, da neben den regulären Schaltungen zusätzlich Premium-Platzierungen geplant sind.
Zusätzlich zur Ausstrahlung auf Sky werden die Episoden auf der Melitta Website sowie der Facebook-Seite gezeigt.
Verantwortlich bei Melitta:
Leitung Marketing Melitta Kaffee: Ebba Grebe
Produktmanagerin Ganze Bohne: Nicole Böhmke
Consumer Marketing Internet
 New Media: Antje Andrée
Klassik/Online-Werbung: BBDO Proximity Düsseldorf
Beratung Klassik: Dirk Bittermann, Julius Möbius, Ulrike Heinecke, Franziska Nessel
Kreation Klassik: Veikko Hille, Fabian Pensel, Ramon Scheffer
Beratung Digital: Christian Stenger
Kreation Digital: Jan-Rasmus Handel
TV-Department: Andreas Bintz
Produktion: Doppelgänger
Regie: Micky Sülzer
Studio: Pirates´N Paradise
Fotograf: Jochen Manz
Media: Mediaplan Hamburg
Testimonial Agentur: Special Key

Susanne Keyzers
Corporate Communications
BBDO Germany
Tel.: +49.211. 1379-8920
Fax: +49.211.1379-91-8920
E-Mail: susanne.keyzers@bbdo.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=520405" width="1" height="1">

Pressekontakt

BBDO

40212 Düsseldorf

susanne.keyzers@bbdo.de

Firmenkontakt

BBDO

40212 Düsseldorf

susanne.keyzers@bbdo.de

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Dr. Olaf Göttgens, CEO, geführt.Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: strategisches Markenmanagement, klassische Werbung, Direktmarketing, Public Relations, Verkaufsförderung, Sponsoring, Events und Design sowie die Bereiche Multimedia und eBusiness.