Sol de Peru: BBDO Proximity inszeniert für Melitta Kaffeegenuss aus dem Land der Sonnengötter

Sol de Peru: BBDO Proximity inszeniert für Melitta Kaffeegenuss aus dem Land der Sonnengötter

Für die "Melitta BellaCrema Selection des Jahres 2013" schnürt die Düsseldorfer BBDO Proximity ein komplettes Kommunikationspaket.
In der aktuellen Kampagne für das limitierte Neuprodukt "BellaCrema Selection des Jahres 2013" laden Melitta und BBDO Proximity zu einem ganz besonderen Kaffeegenuss ein: "Sol de Peru Bohnen". Ein Kaffee, der sich - wie der Melitta Markenbotschafter und Barista Timon zu berichten weiß - durch eine feine Note fruchtiger Beeren auszeichnet.
Im 24-sekündigen TV-Spot, dem Herzstück der Kampagne, erleben wir Timon nicht nur in der Melitta Kaffeebar, sondern auch in der Heimat der "Sol de Peru" Bohnen - dem Hochland der peruanischen Anden. Dort lässt Timon den Zuschauer in faszinierenden Bildern an der Geschichte dieser besonderen Kaffeebohnen teilhaben. Denn es ist die Kraft der peruanischen Sonne, die ihnen ihren einzigartigen, fruchtigen Charakter verleiht.
Diese wird auch im Key Visual, das die Kampagne durch alle Medien trägt, unmittelbar spürbar: Die peruanische Sonne scheint förmlich mit der Tasse Kaffee, die Barista Timon gerade genießt, zu verschmelzen. Mit seinem Statement "Mein Kaffee des Jahres! Sonnengereift mit Beeren-Note" bringt er die besondere Faszination des neuen Melitta Kaffees auf den Punkt.
Neben TV und Print zeichnet BBDO Proximity auch für sämtliche Online-Maßnahmen verantwortlich. Highlight des Online-Auftritts ist das Webspecial auf der Melitta Website, in dem durch eine atmosphärische Gestaltung und abwechslungsreichen Content die ganze Welt rund um die neue "BellaCrema Selection des Jahres" erlebbar wird: In zwei dokumentarischen Filmen nehmen uns Timon und sein peruanischer Freund Manqu mit auf die Kaffeeplantagen in die peruanischen Anden, die der User zusätzlich in einer Bildergalerie entdecken kann. Ein Tutorial-Film liefert wertvolle Tipps rund um die Zubereitung der neuen "BellaCrema Selection des Jahres" mit dem Melitta Kaffeevollautomaten. Ein Gewinnspiel und authentische Verbraucherstimmen runden den Online-Auftritt ab.
Auch im Social Web wirbt das Düsseldorfer BBDO Proximity Team für den neuen Melitta Kaffee: Bereits in der Teaser-Phase Ende letzten Jahres machte Barista Timon die Melitta Facebook-Fans in kurzen Filmen neugierig auf die "BellaCrema Selection des Jahres". Zum offiziellen Kampagnenstart ab dem 27.01. wird auf der Facebook-Seite das "Melitta Sonnenrad" Gewinnspiel gelauncht - bei dem ganz im Sinne des Social Media Gedankens - nicht nur der User selbst, sondern auch seine Freunde Kaffee-Genuss-Momente gewinnen können.
Neben TV sorgen ein bundesweiter Plakat-Flight sowie ein prominenter Homepage-Event auf bild.de für zusätzlichen Werbedruck und Reichweite. PR-Maßnahmen der BBDO Schwesteragentur Ketchum Pleon Düsseldorf runden das umfangreiche Kommunikationspaket ab.

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_=520842" 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.