

16.06.2021 - 12:56 Uhr

#DeutschlandWechselt: PepsiCo überzeugt jetzt die Gastronomen zum Switch in umfangreicher Pepsi MAX Kampagne



Neu-Isenburg (ots) -

- PepsiCo investiert zweistelligen Millionenbetrag in die "Deine Ex. Deine MAX." Kampagne zum Markenaufbau von Pepsi MAX.
- Das Unternehmen setzt dabei die Initiative für die deutsche Gastronomiebranche #DeutschlandWechselt vom Oktober 2020 fort.
- 360-Grad-Vertriebsoffensive ist im Mai mit einem Paukenschlag in Berlin gestartet.

PepsiCo will es wissen: mit Millionen-Investitionen in eine neue 360-Grad-Vertriebsoffensive zum Markenaufbau von Pepsi MAX, die im Mai mit einer aufsehenerregenden Himmelsschreiber-Aktion in Berlin begonnen hat. Das Ziel: den Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren verdoppeln. Als Out of Home Maßnahme setzt das Unternehmen jetzt seine aufmerksamkeitsstarke Initiative für die Gastronomiebranche fort: Unter dem Hashtag #DeutschlandWechselt sind bundesweit Gastronomen dazu aufgerufen, den Switch zu den starken PepsiCo Marken zu wagen.

PepsiCo hat sich das Ziel gesetzt, den eigenen Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren zu verdoppeln. Hierfür investiert Deutschlands zweitgrößter Lebensmittelkonzern einen zweistelligen Millionenbetrag in die "Deine Ex. Deine MAX." Kampagne seiner Marke Pepsi MAX. Seinen geplanten Siegeszug begann PepsiCo am 11. Mai mit einer aufsehenerregenden Aktion: Via Himmelsschreiber machte das Unternehmen in Berlin mit seiner größten Konkurrenz Schluss, direkt über ihrer Zentrale, und präsentierte damit den ultimativen "Abservievorschlag". Nach dieser Kampfansage ging es mit dem Claim "Zero Bock auf die Ex. Switch auf Pepsi MAX" in die zweite Runde: Seit dem 31.05. flimmert eine reichweitenstarke TV-Kampagne zur Primetime über die Bildschirme. Kreative Digitalmaßnahmen auf allen relevanten Social-Media-Plattformen vervollständigen die Pepsi MAX Kampagne ebenso wie Promo-Aktionen und ein umfassendes PR-Paket.

Mit einer "Attacke" auf die deutsche Gastronomiebranche legt PepsiCo jetzt noch einmal nach und will Gastronomen überzeugen, den Switch zu den PepsiCo Marken zu wagen. Die Initiative **#DeutschlandWechselt** ergänzt die "Deine Ex. Deine MAX." Kampagne um eine bundesweite Out of Home Vertriebsoffensive. Durch attraktive Prämien schafft das Unternehmen Anreize für Gastronomen zum Wechsel des Softdrink-Partners. Ein geschultes PepsiCo Markenteam mit gebrandeten "Wechselmobilen" reist durch mehrere deutsche Ballungsgebiete und macht so reichweitenstark auf die Aktion aufmerksam. Der Wechsel zu PepsiCo bietet für Gastronomen folgende Vorteile:

1. Sicherheit: Mit einer Markenbekanntheit von 87 Prozent ist Pepsi ein sehr bekanntes Produkt unter den deutschen Konsumenten.
2. Pepsi MAX als Erfolgsprodukt: Pepsi MAX ist mit 31 Prozent[1] der Wachstumstreiber im No Sugar-Segment.
3. Drei Säulen des Erfolgs: Der Fokus von Pepsi liegt auf Geschmack, Fußball und Musik.

Auf der Webseite der Initiative www.deutschlandwechselt.de finden Gastronomen Informationen zum Wechsel, können sich registrieren und erhalten die Chance, sechsmal 1.000 Euro zu gewinnen. Was sie dafür tun müssen? Ein Selfie unter dem Hashtag #DeutschlandWechselt auf Social Media posten und erzählen, was sie zum Wechsel bewegt hat.

Delphine Knieps, Away From Home Lead DACH, sagte: "Wir freuen uns, dass diese spannende Aktion nun weitergeht. Wir möchten durch die attraktiven Wechselprämien und Gewinnmöglichkeiten der #DeutschlandWechselt Initiative weiterhin unserer Mission treu bleiben: den Menschen - in diesem Fall den Gastronomen - ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern."

* * *

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

[1] Nielsen: MAT Juni, LEH Gesamt Umsatzentwicklung vs. VJ, CSD & Cola.

Pressekontakt:

Adriana Cerami
Lead Corporate Communications D/A/CH
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 173
63263 Neu-Isenburg
Telefon: +49 152 546 169 80
E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



PepsiCo will es wissen: mit Millionen-Investitionen in eine neue 360-Grad-Vertriebsoffensive zum Markenaufbau von Pepsi MAX, die im Mai mit einer aufsehenerregenden Himmelsschreiber-Aktion in Berlin begonnen hat. Das Ziel: den Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren verdoppeln. Als Out of Home Maßnahme setzt das Unternehmen jetzt seine aufmerksamkeitsstarke Initiative für die Gastronomiebranche fort: Unter dem Hashtag #DeutschlandWechselt sind bundesweit Gastronomen dazu aufgerufen, den Switch zu den starken PepsiCo Marken zu wagen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



PepsiCo will es wissen: mit Millionen-Investitionen in eine neue 360-Grad-Vertriebsoffensive zum Markenaufbau von Pepsi MAX, die im Mai mit einer aufsehenerregenden Himmelsschreiber-Aktion in Berlin begonnen hat. Das Ziel: den Umsatz in der DACH-Region in den kommenden Jahren verdoppeln. Als Out of Home Maßnahme setzt das Unternehmen jetzt seine aufmerksamkeitsstarke Initiative für die Gastronomiebranche fort: Unter dem Hashtag #DeutschlandWechselt sind bundesweit Gastronomen dazu aufgerufen, den Switch zu den starken PepsiCo Marken zu wagen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100872724> abgerufen werden.