

24.01.2022 - 11:41 Uhr

Super Deal: Doritos feiert gemeinsam mit ehemaligem NFL-Profi Sebastian Vollmer das Football-Finale



Neu-Isenburg (ots) -

- Exklusive Partnerschaft: NFL-Botschafter Sebastian Vollmer startet erste Werbekooperation in Deutschland mit Doritos
- POS-Großaufgebot: Doritos, Pepsi und Rockstar bringen mit POS-Aktivierung Football-Stadion in den Handel und nach Hause
- Gewinnspiel-Aktion: USA-Reise inklusive Besuch eines NFL-Spiels als Hauptpreis zu gewinnen

Am 13. Februar ist es soweit: Das lang ersehnte US-Football-Finale in den USA findet statt! Neben dem Sport ist das Mega-Ereignis vor allem für unglaubliche Halbzeit-Shows und coole Werbeclips und Partnerschaften bekannt. In Deutschland startet die Marke Doritos pünktlich zum Sportereignis des Jahres nun eine außergewöhnliche Kooperation: Gemeinsam mit dem ehemaligen NFL-Profi und American Football-Star Sebastian Vollmer sorgt die Marke nicht nur für die richtige Stimmung, sondern auch das passende Snack-Erlebnis. Es ist die erste deutsche Werbepartnerschaft überhaupt für den Sportler! Mit groß aufgebauten Stadien sowie weiteren POS-Aktivierungen und einem Gewinnspiel bringen die PepsiCo-Marken Doritos, Pepsi und Rockstar zudem im Handel die Football-Atmosphäre näher.

Das Finale der amerikanischen Football-Liga ist das Highlight in den USA, dem viele Zuschauer das ganze Jahr über entgegenfiebert. Auch in Deutschland boomt das Sport-Event und American Football kann sich mittlerweile über eine große Fangemeinde und viel Publikum hierzulande freuen. Dabei glänzt das Football-Finale nicht nur mit einem spannenden Spiel, sondern auch mit Halbzeit-Shows und Werbepartnerschaften der ganz Großen - und das über die USA hinaus. Ganz vorne mit dabei ist in diesem Jahr erstmalig die Marke Doritos. Denn Tortillachips sind das Must-have beim Sporthighlight des Jahres: In den 2 Wochen vor dem Sport-Event liegt der Umsatz von Tortilla-Chips in Deutschland durchschnittlich +50% höher als in den Wochen davor oder danach.* In einer exklusiven Kooperation mit dem NFL-Star und zweimaligem Super Bowl-Gewinner Sebastian Vollmer, startet Doritos nun eine groß angelegte Aktivierung im deutschen Handel und über digitale Kanäle.

"Diese Partnerschaft ist für mich etwas Besonderes, weil es meine erste Markenkooperation in Deutschland ist. Ich freue mich sehr darauf, gemeinsam mit Doritos noch mehr Zuschauer für American Football zu begeistern und den Fans die unglaubliche Atmosphäre näher zu bringen", sagt **Sebastian Vollmer**. Auf seinem Instagram-Kanal wird der deutsche NFL-Star und Werbebotschafter seine Fans dazu aufrufen bei der POS-Aktion von Doritos und dem damit verbundenen Gewinnspiel mitzumachen.

In der Heimat des Football-Finales ist PepsiCo größter Sponsor des Sportereignisses und sorgt mit seinen Spots und den Halbzeit-Shows jährlich für Aufsehen. Die Unterstützung von Sport ist ein sehr relevantes Thema für das Unternehmen und hat eine lange Historie. Ob NFL, Frauen-Fußball oder Champions League - das Engagement von PepsiCo ist vielfältig.

"Um im Sport erfolgreich zu sein, müssen Marken die Leidenschaft der Fans und die Emotionen und Atmosphären der jeweiligen Sportart teilen", sagt **Iulia Dobre, Commercial Lead Snacks DACH**. "American Football gewinnt hierzulande seit Jahren Fans. Aus diesem Grund will PepsiCo auch in diesem Bereich seine Sponsoringaktivitäten ausbauen. Wir sehen eine große Chance für American Football aufgrund des steigenden Interesses in Deutschland, weshalb neben den Marken Pepsi und Rockstar Energy in diesem Jahr erstmals unsere beliebte Tortillachipsmarke Doritos in diesem Umfeld wirbt. Ich freue mich sehr, dass Sebastian Vollmer Teil dieser Premiere ist und uns als NFL-Botschafter unterstützt, denn die Kooperation ist für Doritos etwas ganz Besonderes."

In den Handelsketten Kaufland und Globus beeindruckten die Marken Doritos, Pepsi und Rockstar mit einem großen Football-Stadion-Aufbau inklusive Flutlichter, Bodensticker und Footballrasen und versorgen Fans mit passenden Snacks und Getränken für die TV-Nacht. Bei allen teilnehmenden Märkten sind darüber hinaus Snack-Stadien und Stationen zu finden, die auf das Sport-Event einstimmen. Der Einkauf für den Football-Abend lohnt sich für Konsumenten dabei gleich doppelt: Beim Kauf von Produkten der Marken Doritos, Pepsi oder Rockstar im Gesamtwert von 8 EUR gibt es ein Snack-Stadion für die perfekte TV-Nacht zu Hause gratis dazu. Wer zudem sein Snack-Stadion am Abend des Sportereignisses bis zum Spielende auf Instagram mit dem Hashtag #PepsiSnackstadion postet, hat die Chance eine von drei USA-Reisen sowie weitere Gewinne wie 10 von Sebastian Vollmer signierte Trikots zu gewinnen. Der Hauptpreis beinhaltet neben der USA-Reise zudem den Besuch eines NFL-Spiels.

Initiiert und vermittelt wurde die Testimonial-Partnerschaft zwischen Doritos und Sebastian Vollmer durch die Agentur SPORTSFREUDE. "Doritos ist weltweit die Nr. 1 Tortillachipsmarke und in den USA zudem offizieller Sponsor der NFL. Sebastian Vollmer ist mit zwei Super Bowl Siegen die Nr. 1 unter den deutschen American Football Spielern und fungiert als offizieller NFL-Botschafter in Deutschland. Ein Original trifft also auf ein Original - der perfekte Markenfit", so SPORTSFREUDE-Inhaber Sascha Fabian.

*Nielsen, LEH+DM, Umsatz in EUR, Kalenderwochen 4-6 in 2020 und 2021

* * *

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.

Pressekontakt:

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

Medieninhalte



Am 13. Februar ist es soweit: Das lang ersehnte US-Football-Finale in den USA findet statt! Neben dem Sport ist das Mega-Ereignis vor allem für unglaubliche Halbzeit-Shows und coole Werbeclips und Partnerschaften bekannt. In Deutschland startet die Marke Doritos pünktlich zum Sportereignis des Jahres nun eine außergewöhnliche Kooperation: Gemeinsam mit dem ehemaligen NFL-Profi und American Football-Star Sebastian Vollmer sorgt die Marke nicht nur für die richtige Stimmung, sondern auch das passende Snack-Erlebnis. Es ist die erste deutsche Werbepartnerschaft überhaupt für den Sportler! Mit groß aufgebauten Stadien sowie weiteren POS-Aktivierungen und einem Gewinnspiel bringen die PepsiCo-Marken Doritos, Pepsi und Rockstar zudem im Handel die Football-Atmosphäre näher. / 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/100010595/100884301> abgerufen werden.