Coca-Cola startet Kampagne für zuckerfreie Getränke

Deutschlandweite Geld-Zurück-Aktion, falls jemandem das Produkt nicht schmeckt

16.01.2019 - Coca-Cola widmet den zuckerfreien Varianten der Marken Sprite, mezzo mix und Fanta Orange zum Jahresbeginn eine eigene Kampagne. Die Kampagne ist Teil der Zuckerreduktionsstrategie von Coca-Cola. Bereits jetzt investiert Coca-Cola pro Liter Getränk etwa 90 Prozent mehr in Werbung von Getränken mit weniger und ohne Zucker als für Produkte mit Zucker. Die Kampagne wird begleitet vom Refrain des 90er Jahre Hits „No Limit“ von 2Unlimited, der ab sofort als „No Sugar“ in den TV- und Radio-Spots zu hören ist.

Coca-Cola

Coca-Cola Zero Sugar - Null Zucker

PoS: Im Rahmen der Geld-Zurück-Aktion erstattet Coca-Cola allen Konsumenten, denen das zuckerfreie Produkt nicht schmeckt, den Kaufpreis. Verbraucher können den Kassenbon auf http://www.schmecktgarantiert.de/ hochladen um ihr Geld zurückzubekommen. Mit dieser Aktion möchte Coca-Cola die Konsumenten dazu ermutigen, zuckerfreie Produkte zu probieren.

Musik: Der 90er Jahre Hit „No Limit“ von 2Unlimited ist auch mit seinem neuen Refrain „No Sugar“ ein absoluter Ohrwurm. Der Hit ist Bestandteil des TV- und Radio-Spots zur „No Sugar“-Kampagne.

TV: In dem vollständig animierten TV-Spot (10”) zur „No Sugar“-Kampagne werden die zuckerfreien Varianten von Sprite, mezzo mix und Fanta Orange in den Vordergrund gerückt und die Konsumenten dazu aufgefordert, die Klassiker ohne Zucker zu probieren. Der Werbespot läuft von KW 02 bis KW 09 auf allen relevanten TV-Sendern.

OoH: Zwischen KW 06 und KW 08 rufen Out-of-Home Motive am PoS die Konsumenten dazu auf, die zuckerfreien Varianten von Sprite, mezzo mix, Fanta Orange und auch Coca-Cola zu probieren.

Social Media: Bumper-Ads auf Facebook und in den Instagram Stories zwischen KW 02 und KW 09 unterstützen die „No Sugar“-Kampagne.

© LUMITOS AG